

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
PADA PT. VARIA USAHA DHARMA SEGARA DI GRESIK**

INDA WAHYUNI

EMAIL : indawahyuni81@gmail.com

**Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika
Surabaya
18 Februari 2021**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel pada PT Varia Usaha Dharma Segara di Gresik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan responden adalah pelanggan dari PT Varia Usaha Dharma Segara. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 65 responden dan seluruhnya dijadikan sampel. Selanjutnya pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan metode penelitian SEM (Structural Equation Modeling). Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) dan kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Sedangkan kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Keyword : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Dengan adanya pandemi covid-19 keadaan dan pola ekonomi masyarakat sangat berdampak dan mempengaruhi tingkat penjualan bisnis. Keadaan ini berbanding lurus terhadap kebutuhan pengiriman barang dari dan ke luar negeri baik melalui angkutan laut maupun angkutan udara di banyak negara di dunia. Dengan geliat ekonomi yang diharapkan tetap tumbuh setelah sempat melambat pada awal wabah covid-19, persaingan perusahaan jasa

pengurusan transportasi freight forwarding semakin ketat, menjadikan setiap perusahaan freight forwarding harus selalu menyiasati untuk bisa tetap eksis di puncak bisnis tersebut dan selalu menjadi market leader untuk perusahaan freight forwarding. Banyak perusahaan yang berinovasi, berevolusi dalam bisnisnya untuk memaksimalkan daya saing perusahaan dengan cara meningkatkan citra perusahaan dan kualitas pelayanan sehingga dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Salah satu perusahaan freight forwarding di Jawa timur adalah PT. Varia Usaha Dharma Segara, suatu perusahaan dibidang pengangkutan barang serta sebagai EMKL (Ekspedisi Muatan kapal laut), shipping, jasa custom, bahkan pengiriman door to end user. Perusahaan jasa kepengurusan transportasi (freight forwarding) merupakan suatu perusahaan mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya ekspedisi barang melalui transportasi laut, darat dan udara, kegiatan tersebut meliputi pelayanan mulai penerimaan barang stored, penyeleksian, packing, sampai proses penerbitan dokumen angkutan, penyelesaian dokumen, estimasi biaya transportasi, asuransi atas proses pengiriman paket, penyelesaian tagihan dan biaya yang timbul berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterima oleh penerima barang. Sedangkan pihak pelaku atau perusahaan yang menjalankan kegiatan forwarding atau badan hukum yang menjalankan bisnis forwarding disebut freight forwarder.

PT. Varia Usaha Dharma Segara sebagai perusahaan International Freight Forwarder selalu dituntut untuk bisa tetap menjaga eksistensi mereka di dunia bisnis pengurusan transportasi baik darat, laut maupun udara yang dilakukannya, mengingat pelaku jasa tersebut tidak hanya PT. Varia Usaha Dharma Segara (VUDS), maka PT. Varia Usaha Dharma Segara dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada pengguna jasanya. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan pada pelanggan. Kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah tingkat keunggulan yang dimiliki dan dikendalikan dengan baik agar bisa memenuhi setiap kebutuhan pelanggan sehingga sesuai dengan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2009). Dengan pelayanan berkualitas menjadi keunggulan suatu perusahaan supaya tetap survive dan bersaing dengan bisnis yang sama. Peningkatan kualitas pelayanan harus selalu dilaksanakan dan dijaga agar kelangsungan hidup perusahaan terus berlangsung. Baik buruknya kualitas pelayanan jasa, tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan customer secara konsisten. Pelanggan

yang merasa puas dengan pelayanannya, secara otomatis menciptakan loyalitas pelanggan serta mendorong terjadinya rekomendasi atau referensi customer kepada customer lain, serta dapat meningkatkan citra perusahaan di mata customer. Pelayanan yang berkualitas harus menjadikantujuan utama setiap perusahaan. Pernyataan tersebut pernah diteliti dan dilakukan oleh Rahayu tahun 2014 dan Suratno tahun 2016 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan, citra perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Citra perusahaan yang baik bisa membuat pelanggan menyukai suatu produk/jasa perusahaan tersebut suatu saat nanti, pengaruh bagi produsen untuk citra yang baik akan menunjang perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Agar citra perusahaan dapat terbentuk sesuai ekspektasi yang diharapkan pelanggan, perusahaan atau produsen barang/jasa harus memiliki kemampuan dan pemahaman untuk mengeksplorasi unsur-unsur yang membentuk suatu brand/merek. Dengan citra perusahaan yang baik diharapkan dapat menghasilkan merek berkualitas tinggi dan sesuai keinginan atau harapan pelanggan, hal atau keadaan seperti inilah yang disebut dengan pelayanan diterima customer. Hal ini harus diwujudkan faktanya, bukan suatu slogan pernyataan, merupakan dasar yang harus dikomunikasikan dengan hasil yang nyata. Pengertian Citra adalah berbagai macam pemikiran, keyakinan, gambaran dan kesan terhadap objek tertentu (Ruslan, 2010). Citra merupakan suatu aset perusahaan tidak tampak (intangible assets) dan sangat berharga sekali buat perusahaan. Reputasi dan keunggulan yang kompetitif perusahaan merupakan hasil dari citra yang baik. Sebuah citra yang baik akan menjadikan kualitas, kepuasan, loyalitas pelanggan meningkat dan berniat melakukan pembelian ulang kembali (Hidajah ningtyas, 2013). Citra yang baik akan menjadikan perusahaan semakin sukses dan sebaliknya juga citra yang buruk akan memperburuk kesuksesan juga. Perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan meningkatkan keinginan

pelanggan membeli lagi produk yang ditawarkan, meningkatkan daya saing, menjadikan karyawan semakin semangat bekerja dan menjadikan pelanggan menjadi loyal. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rahayu (2014), dan Suratno (2016) yang menyatakan bahwa citra perusahaan menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain kualitas pelayanan dan citra perusahaan, faktor yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Ukuran kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan terhadap hasil yang didapatkan melebihi harapan pelanggan (Kotler, 2014). Jika hasil berada tidak sesuai keinginan, pelanggan akan merasa tidak puas. Demikian sebaliknya jika memenuhi keinginan pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan merupakan pondasi dasar suatu pelayanan perusahaan terhadap pelanggannya, jika tidak terpenuhi faktor tersebut mengakibatkan kekecewaan pelanggan terhadap produk/jasa yang dipakainya. Bisnis freight forwarding dengan tingkat persaingannya tinggi, kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Kerja keras perusahaan untuk meningkatkan kepuasan atas produk/jasanya terhadap pelanggan akan meningkatkan pula loyalitas pelanggannya, demikian sebaliknya jika perusahaan tidak berhasil menjaga kepuasan pelanggan maka akan ditinggalkan oleh para customer. Jadi kepuasan pelanggan merupakan hal penting penyebab terjadinya loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan menggunakan metode studi kasus korelasi untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel yang ada pada penelitian ini, penelitian ini untuk melihat “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik”

Korelasi variabel X atau variabel independen (kualitas layanan dan citra pelanggan) terhadap variabel Z atau intervening (kepuasan pelanggan) dan variabel Y atau dependen (loyalitas pelanggan).

Metode Pengambilan Dan Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengambilan dan pengumpulan data peneliti menggunakan data utama (primer). Data utama ini merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari responden dan penyebaran data primer dengan menggunakan angket penelitian kepada obyek yang akan diteliti. Beberapa data pendukung untuk menunjang penelitian, diambilkan beberapa literatur/sumber yang diperoleh dari :

1. Studi Perpustakaan

Suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan studi literature keperpustakaan untuk mendapatkan landasan-landasan teori, jurnal penelitian, dan buku-buku ilmiah yang bisa mendukung bahasan permasalahan penelitiannya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang mengambil dokumen dari suatu perusahaan yang dijadikan target penelitiannya, data-data tersebut mengenai company profile, visi misi perusahaan, struktur perusahaan, sejarah atau data pendukung penelitian lain.

3. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden disebut kuesioner. Formulasi kuesioner ini menggunakan metode tertutup, jawaban sudah disediakan, responden tinggal memilih atau memberi tanda silang pada jawaban yang tersedia.

Pilihan jawaban kuesioner yang disediakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengatur persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang keadaan atau fenomena sosial, pendapat dan perilaku menurut Sugiyono (2016:168). Lima kategori yang

digunakan dalam Skala likert untuk penelitian ini, yaitu:

- a. SS = Sangat Setuju / Selalu diberi nilai = 5 (lima)
- b. S = Setuju / Sering diberi nilai = 4 (empat)
- c. RR = Ragu-Ragu diberi nilai = 3 (tiga)
- d. TS = Tidak Setuju diberi nilai = 2 (dua)
- e. STS = Sangat Tidak Setuju diberi nilai = 1 (satu)

4. Observasi

Observasi merupakan metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang gejala-gejala yang diamati. Pengambilan dan pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi langsung (direct observation) dan sebagai peneliti yang menempatkan diri sebagai pengamat (recognized outsider) sehingga interaksi peneliti dengan subjek penelitian bersifat terbatas. Dari hasil observasi ini, peneliti mencatat apa yang telah dilihat kemudian menuangkannya dalam dokumen tertulis untuk memberikan gambaran secara utuh tentang objek penelitiannya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah penelitian, dari analisa data diharapkan bisa menjelaskan bagaimana alur pengerjaan penelitian yang akan dibuat dari awal sampai kesimpulan.

Teknik Structural Equation Modelling (SEM) melalui program aplikasi AMOS (Analysis of Moment Structure) yang dipilih oleh peneliti dalam analisa datanya. Teknik SEM dipilih karena merupakan teknik statistika yang akurat dan kuat dalam menetapkan measurement model dan structural model. Teknik SEM merujuk pada hubungan causalitas (sebab akibat), terjadinya perubahan pada satu variabel akan berdampak pada perubahan variabel yang lainnya. Dengan penelitian menggunakan model SEM bisa membuktikan dan menganalisis pengaruh variabel eksogen (stress kerja, komitmen organisasi dan kepuasan kerja,) terhadap variabel endogen (employturnover). Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini merupakan variabel laten, dimana analisis datanya

menggunakan teknik analisa Structural equation modelling melalui program aplikasi AMOS (Analysis of Moment Structure). Karena variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, maka kuesioner digunakan sebagai indikator oleh peneliti. Komponen variabel laten meliputi komitmen perusahaan, kepuasan kerja, stress kerja dan turnover karyawan. Kelebihan menggunakan analisa fungsi SEM dapat digunakan untuk analisis multivariat dalam penelitian sosial, budaya, keuangan atau analisis yang menggunakan variabel dengan skala nominal atau rasio. Penelitian ini menggunakan skala ordinal untuk mengukur variabel yang sudah ada. Selain itu Kemampuan SEM menguji penelitian yang kompleks dan banyak variabel secara simultan, Selain itu SEM dapat menyelesaikan analisis dengan satu kali estimasi, metode lainnya diselesaikan dengan beberapa persamaan regresi, SEM melakukan semua analisis faktor, regresi dan jalur dalam satu proses sekaligus.

Analisa yang berhubungan dengan variabel berpengaruh diambil sampling sebanyak 65 responden dengan menggunakan model SEM yang dioperasikan melalui program AMOS. Pendekatan umum analisis data dalam model persamaan struktural atau SEM menggunakan program AMOS. Dimana program AMOS ini dihasilkan asumsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan melalui kepuasan pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Dengan metode penelitian ini diharapkan sesuai dengan ruang lingkup penelitian ini yaitu "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT. Varia Usaha Dharma Segara Di Gresik".

Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan derajat pengukuran ketepatan data untuk penelitian data real yang diukur. Analisis validitas digunakan utk menguji seluruh pertanyaan yg diajukan ke responden telah benar atau tidak, hasil pengujian validitas ini digunakan sebagai acuan menentukan ketepatan data. Proses

pengukurannya dilakukan dengan menghubungkan nilai masing-masing variabel dengan nilai total variabelnya. Jika nilai masing-masing variabel dengan nilai total variabelnya dibawah dari nilai taraf signifikansi sebesar 0,05, maka nilai variabelnya disebut benar atau valid. Hasil pengujian nilai validitas SEM AMOS selengkapnya ada pada tabel 4.1.

Tabel 4.1

Hasil Pengujian Validitas SEM AMOS

			Estimate	S.E.	C.R.	p	Label
kepuasan pelanggan	<--	kualitas layanan	.004	.092	.048	.962	
kepuasan pelanggan	<--	citra perusahaan	.144	.093	1.545	.122	
loyalitas pelanggan	<--	kualitas layanan	.707	.338	2.089	.037	
loyalitas pelanggan	<--	citra perusahaan	.435	.156	2.781	.005	
loyalitas pelanggan	<--	kepuasan pelanggan	2.119	1.088	1.948	.051	

Sumber : Lampiran Hasil AMOS

Menurut Ferdinand (2000), menunjukkan bahwa jika dilihat dari besarnya nilai Estimate yang nilainya diatas 0,40 mempunyai validitas yang baik. Hasil pengujian seperti disajikan pada tabel 4.1 terdapat 3 indikator yang dinyatakan mempunyai validitas yang baik yaitu: kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y), citra perusahaan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dua indikator yang dinyatakan mempunyai validitas yang tidak baik yaitu kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Z) dan citra perusahaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Z).

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui jawaban hasil kuesioner responden kredibel atau bisa dipercaya. Dengan jawaban responden yang selalu tetap/konsisten dari periode ke periode inilah hasil kuesioner dinyatakan kredibel dan dipercaya. Persamaan

construct reliability uji reliabilitas sebagai berikut :

$$CR = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Ambang batas minimal nilai untuk tingkat reliabilitas adalah 0,7. Dari empat variabel yang dilakukan pengujian maka diperoleh hasil nilai > 0,7, sehingga dapat diketahui bahwa parameter/ indikator yang digunakan bisa menjelaskan unsur yang dibentuknya.

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas SEM AMOS

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
kepuasan pelanggan	<---	kualitas layanan	.004	.092	.048	.962	
kepuasan pelanggan	<---	citra perusahaan	.144	.093	1.545	.122	
loyalitas pelanggan	<---	kualitas layanan	.707	.338	2.089	.037	
loyalitas pelanggan	<---	citra perusahaan	.435	.156	2.781	.005	
loyalitas pelanggan	<---	kepuasan pelanggan	2.119	1.088	1.948	.051	

Sumber : Lampiran Hasil AMOS Dari tabel hasil analisa diatas terlihat bahwa masing-masing variabel memberikan nilai CR ≥ 1.545. Ke empat variable mempunyai nilai diatas 0,7. Sehingga dapat disimpulkan skala pengukuran dari dimensi Citra Perusahaan (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z) mempunyai reliabilitas yang bagus, hanya Kualitas Pelayanan (X1) yang memiliki reliabilitas tidak bagus dengan nilai 0,048 dibawah 0,07.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan SEM AMOS digunakan untuk melihat pengaruh variable X1, variabel X2 terhadap variabel Z dan variabel Y pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik. Analisis deskriptif variable penelitian dapat diketahui dari tanggapan responden yang diperoleh, analisisnya berdasarkan nilai rata rata tiap variabelnya, sehingga dapat diketahui rata-rata penelitian responden terhadap setiap

indikator dari variable yang dipertanyakan dalam kuesioner. Nilai rata – rata hasil kuesioner tersebut digunakan untuk menilai jawaban responden.

Hasil jawaban responden di klasifikasikan ke dalam lima kategori dengan interval sebagai berikut :

$$\text{Nilai interval kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$\text{Nilai Interval Kelas} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut tingkat penilaian untuk masing – masing kategori yang dikelompokkan dalam table 4.3.

Tabel 4.3
Kategori Rata-Rata Masing - Masing Variabel

Kategori	Interval	Intepretasi
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik
4	3,41 – 4,20	Baik
3	2,61 – 3,40	Cukup
2	1,81 – 2,60	Kurang
1	1,00 – 1,80	Sangat kurang

Sumber: data diolah

Sebagaimana telah dijelaskan dalam definisi operasional, penelitian ini memiliki variable yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y), hasil analisis deskriptif untuk masing-masing variable ditunjukkan dalam pembahasan berikut dibawah.

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan(X1)

Variabel kualitas pelayanan (X1) merupakan variabel bebas, memiliki indikator wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan. Dari sebelas indikator pertanyaan yang diajukan hasil tanggapan responden terhadap variable kualitas pelayanan (X1), hasilnya ditunjukkan pada tabel 4.4 tetntang deskripsi variable kualitas pelayanan dibawah ini.

Tabel 4.4
Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Skor					Jml	Nilai Total	Rata-Rata	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	X1.1	0	1	1	39	24	65	283	4.35	Sangat baik
2	X1.2	0	0	0	42	23	65	285	4.38	Sangat baik
3	X1.3	0	0	1	43	21	65	280	4.31	Sangat baik
4	X1.4	0	0	1	41	23	65	282	4.34	Sangat baik
5	X1.5	0	0	1	45	19	65	278	4.28	Sangat baik
6	X1.6	0	0	1	45	19	65	278	4.28	Sangat baik
7	X1.7	0	0	1	41	23	65	282	4.34	Sangat baik
8	X1.8	0	0	1	38	26	65	285	4.38	Sangat baik
9	X1.9	0	0	1	40	24	65	283	4.35	Sangat baik
10	X1.10	0	0	0	44	21	65	281	4.32	Sangat baik
11	X1.11	0	0	2	43	20	65	278	4.28	Sangat baik
Rata -rata Total									4.33	Sangat baik

Sumber: Lampiran Hasil Survey

Berdasarkan analisa tabel diatas diketahui untuk nilai rata-rata keseluruhan jawaban dari 65 responden untuk pernyataan variabel kualitas pelayanan adalah sangat baik, hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata / mean sebesar 4,33. Dari indikator ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di PT. Varia Usaha Dharma Segara untuk wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan terhadap pelanggan adalah sangat baik. Karyawan berpenampilan menarik serta sigap, handal, inisiatif dalam menanggapi keluhan pelanggan mendapat rata-rata tertinggi dengan nilai 4,38 (sangat baik).

Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan(X2)

Variabel citra perusahaan (X2) sendiri merupakan variabel bebas, memiliki beberapa indikator yaitu; personalitas, reputasi, nilai dan indentitas perusahaan dengan delapan pernyataan untuk indikatornya, hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variable citra perusahaan (X2) ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5
Deskripsi Variabel Citra Perusahaan

No	Variabel	Skor					Jml	Nilai Total	Rata-Rata	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	X2.1	0	0	0	23	42	65	302	4.65	Sangat baik
2	X2.2	0	0	0	18	47	65	307	4.72	Sangat baik
3	X2.3	0	0	0	31	34	65	294	4.52	Sangat baik
4	X2.4	0	0	0	30	35	65	295	4.54	Sangat baik
5	X2.5	0	0	1	35	29	65	288	4.43	Sangat baik
6	X2.6	0	0	0	34	31	65	291	4.48	Sangat baik
7	X2.7	0	0	2	35	28	65	286	4.40	Sangat baik
8	X2.8	0	2	5	39	19	65	270	4.15	Baik
Rata -rata Total									4.49	Sangat baik

Sumber: Lampiran Hasil Survey

Berdasarkan jawaban responden yang tertuang pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata untuk jawaban responden pada pernyataan variabel citra perusahaan adalah sangat baik, ditunjukkan oleh rata-rata mean

sebesar 4,49, nilai 4,49 menunjukkan bahwa citra perusahaan di PT. Varia Usaha Dharma Segara adalah sangat baik, responden menyatakan bahwa personalitas, reputasi, nilai, identitas perusahaan dari PT. Varia Usaha Dharma Segara adalah sangat baik, mencerminkan perusahaan forwarding yang dipercaya, memiliki legalitas perusahaan yang jelas sehingga aman untuk bertransaksi, hal tersebut ditunjukkan oleh hasil rata-rata kuesioner tertinggi dalam variabel citra perusahaan sebesar 4,72.

Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan(Z)

Variabel kepuasan pelanggan merupakan variable moderating dengan menggunakan indikator kesesuaian harapan pelanggan dengan kenyataan yang diberikan, kinerja dan perbandingan antara PT. Varia Usaha Dharma Segara dengan perusahaan forwardinglain yang sejenis. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variabel kepuasan pelanggan (Z) ditunjukkan pada tabel berikut dibawah ini.

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Skor					Jml	Nilai Total	Rata-Rata-	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	Z.1	0	0	1	43	21	65	280	4.31	Sangat baik
2	Z.2	0	0	0	47	18	65	278	4.28	Sangat baik
3	Z.3	0	0	0	49	16	65	276	4.25	Sangat baik
4	Z.4	0	0	0	53	12	65	272	4.18	Baik
5	Z.5	0	0	2	47	16	65	274	4.22	Sangat baik
6	Z.6	0	0	2	46	17	65	275	4.23	Sangat baik
7	Z.7	0	0	2	44	19	65	277	4.26	Sangat baik
8	Z.8	0	0	1	30	34	65	293	4.51	Sangat baik
9	Z.9	0	0	0	46	19	65	279	4.29	Sangat baik
10	Z.10	0	0	0	44	21	65	281	4.32	Sangat baik
Rata-rata Total									4.28	Sangat baik

Sumber: Lampiran Hasil Survey

Dari nilai tabel diatas diketahui bahwa nilai rata-rata keseluruhan untuk jawaban responden pada pernyataan variabel kepuasan pelanggan adalah sangat baik, ditunjukkan oleh rata-rata total sebesar 4,28, dari hasil tersebut dapat diketahui responden menyatakan bahwa kesesuaian harapan pelanggan dengan kenyataan yang diberikan oleh PT. Varia Usaha Dharma Segara, kinerja dan perbandingan antara PT. Varia Usaha Dharma Segara dengan perusahaan forwardinglain yang sejenis adalah sangat baik, terutama untuk penanganan keluhan pelanggan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,51.

Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan(Y)

Variabel loyalitas (Y) merupakan variable terikat dengan delapan indikator, meliputi pemesanan jasa baru, pemesanan jasa ulang, merekomendasikan kepada rekanan/orang lain, dan berkata positif perihal PT. Varia Usaha Dharma Segara Gresik. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variable loyalitas pelanggan (Y) ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan

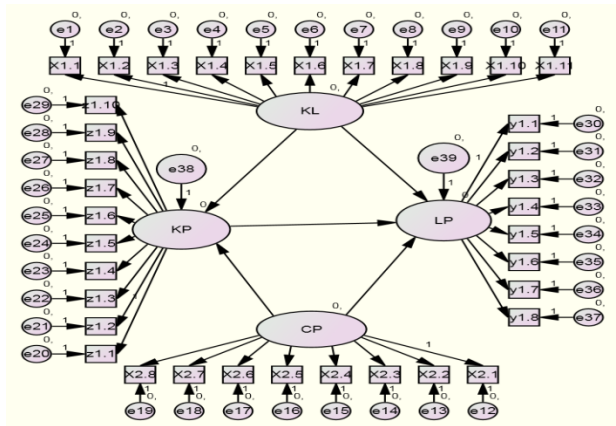
No	Variabel	Skor					Jml	Nilai Total	Rata-Rata-	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	Y.1	0	0	1	37	27	65	286	4.40	Sangat baik
2	Y.2	0	0	0	36	29	65	289	4.45	Sangat baik
3	Y.3	0	0	1	35	29	65	288	4.43	Sangat baik
4	Y.4	0	0	2	24	39	65	297	4.57	Sangat baik
5	Y.5	0	0	2	51	12	65	270	4.15	Baik
6	Y.6	0	0	1	40	24	65	283	4.35	Sangat baik
7	Y.7	0	0	7	43	15	65	268	4.12	Baik
8	Y.8	0	0	1	44	19	64	274	4.28	Sangat baik
Rata-rata Total									4.34	Sangat baik

Sumber: Lampiran Hasil Survey

Dari hasil tabel diatas diketahui bahwa rata-rata total dari jawaban responden pada pernyataan-pernyataan dalam variable loyalitas adalah sangat baik ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,34. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai tertinggi variable responden sebesar 4,57. Responden menjadikan alternative pertama dan tetap menggunakan jasa layanan PT. Varia Usaha Dharma Segara meskipun ada jasa forwarding lain yang sejenis sebagai alternatif.

Structural Equation Modelling (SEM) Full Model

Berdasarkan variable summary hasil pengolahan data dengan software AMOS, diketahui bahwa Observed, endogenous variabels dalam model ini antara lain X1, X2, Y, Z. Unobserved, endogenous variabelnya terdiri dari X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Citra Perusahaan), terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) melalui Z (Kepuasan Pelanggan), serta Unobserved, exogenous variabelsnya terdiri dari error1, error2. Permodelan strukturnya analisa SEM AMOS bisa dilihat pada gambar analisa permodelan berikut ini.



Gambar 4.2 Model Analisa SEM (AMOS)

Hasil uji kesesuaian model SEM AMOS diatas menunjukkan bahwa model yang direncanakan sudah fit. Hasil nilai Chi Square, Probabilitas, RMSEA,CMIN/DF, CFI dan TLI yang didapat sudah memenuhi kriteria Goodness of Fit atau sesuai dengan nilai acuan persamaan model struktural yang ditetapkan. Nilai model penelitian X1(Kualitas Pelayanan), X2(Citra Perusahaan), terhadap Y(Loyalitas Pelanggan) melalui Z(Kepuasan Pelanggan) adalah seperti pada table dibawah ini.

Tabel 4.8 CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	116	1615.481	624	.000	2.589
Saturated model	740	.000	0		
Independence model	74	2551.435	666	.000	3.831

Sumber : Lampiran Hasil AMOS

Tabel 4.9 Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.367	.324	.486	.439	.474
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Sumber : Lampiran Hasil AMOS

Tabel 4.10 RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.158	.148	.167	.000
Independence model	.210	.202	.219	.000

Sumber : Lampiran Hasil AMOS

Hasil uji full model untuk konstruksi hasil analisis ini, diperoleh diagram seperti pada tabel 4.11 dibawah. Berdasarkan model analisis SEM AMOS ternyata nilai acuan Goodness of fit memiliki nilai Chi Square, Probabilitas,

RMSEA,CMIN/DF, CFI dan TLI yang sudah sesuai dengan standar acuan. Hasil nilai model variabel penelitian X1(Kualitas Pelayanan), X2(Citra Perusahaan), terhadap Y(Loyalitas Pelanggan) dan Z(Kepuasan Pelanggan) seperti berikut ini.

Tabel 4.11 Goodness Of Fit Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Indikator	Cut of value	Estimate	Keterangan
Chi-square	Df α 0,05	1615,481	Baik
Signifikansi (P)	< 0,05	0,000	Baik
CMIN/DF	> 2,00	2,589	Baik
RMSEA	> 0,08	0,158	Baik
CFI	< 0,90	0,474	Baik
TLI	< 0,90	0,439	Baik

Sumber : Lampiran Hasil AMOS

Berdasarkan pemodelan CFA (Confirmatory Factor Analysis), terlihat pada table bahwa hasil CFA dalam keadaan identified. Hal ini ditunjukkan dengan nilai df-nya sebesar 0,624. Model diatas menghasilkan goodness of fit yang sudah fit, dilihat dari nilai p-value kurang dari 5% yaitu sebesar 0,000. Kriteria lainnya pun sudah terpenuhi yaitu nilai Chi-square yang besar 1615,481, RMSEA dibawah 0,90 yaitu 0,439, dan nilai TLI dan CFI dibawah 0,90 yaitu 0,474.

Terkait goodness of fit diatas menunjukkan bahwa dari enam sebagai parameter kelayakan suatu model, ternyata semuanya memenuhi kriteria. Dengan demikian model yang diajukan pada analisis dengan model SEM melalui program AMOS dapat diterima.

HIPOTESIS

Hipotesis penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z). Adapun hasil analisis hipotesis tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Analisis hipotesis pengaruh secara bersama-sama (uji F) antara variabel X1(Kualitas Pelayanan dan X2(Citra Perusahaan), terhadap Y(Loyalitas Pelanggan) melalui Z(Kepuasan Pelanggan) PT. Varia Usaha Segara di Gresik.

Tabel 4.12
Total Effects (Group number 1 - Default model)

	kualitas layanan	citra perusahaan	kepuasan pelanggan	loyalitas pelanggan
kepuasan pelanggan	.004	.144	.000	.000
loyalitas pelanggan	.716	.740	2.119	.000

Sumber :Lampiran SEM AMOS

A. Hasil nilai regresi SEM AMOS pada tabel diatas dapat diinterpretasikan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan. Nilai signifikansi pada variabel bebas bernilai 0,000 dibawah nilai 0,05, ini menunjukkan adanya keterhubungan secara simultan (uji F) antara variabel bebas. Jadi dapat dinyatakan bahwa X1(Kualitas Pelayanan) dan X2(Citra Perusahaan), mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap Z(Kepuasan Pelanggan) pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik.

B. Nilai regresi pada tabel 4.12 diatas dapat diinterpretasikan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan. Nilai signifikansi pada variabel bebas yang bernilai 0,000 dibawah nilai 0,05 menunjukkan adanya keterhubungan secara simultan (uji F) antara variabel bebas, jadi dapat dinyatakan bahwa X1(Kualitas Pelayanan), X2(Citra Perusahaan), Z(Kepuasan Pelanggan) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap Y(Loyalitas Pelanggan) PT. Varia Usaha Segara di Gresik.

2. Analisis hipotesis pengaruh secara parsial antara variabel X1(Kualitas Pelayanan), X2(Citra Perusahaan), terhadap Y(Loyalitas Pelanggan) dengan Z(Kepuasan Pelanggan) sebagai variabel intervening di PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik. Nilai regresi pada tabel 4.13 dapat diinterpretasikan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan.

Tabel 4.13

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Variabel Terikat		Variabel Bebas	P
kepuasan pelanggan	<---	kualitas layanan	.962
kepuasan pelanggan	<---	citra perusahaan	.122
loyalitas pelanggan	<---	kualitas layanan	.037
loyalitas pelanggan	<---	citra perusahaan	.005
loyalitas pelanggan	<---	kepuasan pelanggan	.051

Nilai regresi pada masing-masing variabel yang bernilai $< 0,05$, nilai ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel. Dari model penerimaan dapat diketahui bahwa untuk 65 responden yang telah menjadi pelanggan di PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik sebagai berikut:

a. Nilai tingkat signifikan dari regresi untuk X1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Z (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,962, nilai tersebut $> 0,05$ yang berarti bahwa indikator X1 (Kualitas Pelayanan) tidak memiliki pengaruh terhadap Z (Kepuasan Pelanggan).

b. Nilai tingkat signifikan dari regresi untuk X2 (Citra Perusahaan) terhadap Z (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,122, nilai tersebut $> 0,05$ yang berarti bahwa indikator X2 (Citra Perusahaan) tidak memiliki pengaruh terhadap Z (Kepuasan Pelanggan).

c. Nilai tingkat signifikan dari regresi untuk X1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) sebesar 0,037, nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti bahwa indikator X1 (Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh terhadap Y (Loyalitas Pelanggan).

d. Nilai tingkat signifikan dari regresi untuk X2 (Citra Perusahaan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) sebesar 0,005, nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti bahwa indikator X2 (Citra Perusahaan) memiliki pengaruh terhadap Y (Loyalitas Pelanggan).

e. Nilai tingkat signifikan dari regresi untuk Z (Kepuasan Pelanggan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) sebesar 0,051, nilai tersebut $\geq 0,05$ (terpaut 0,001) yang berarti bahwa indikator Z (Kepuasan Pelanggan) masih memiliki pengaruh meskipun tidak signifikan terhadap Y (Loyalitas Pelanggan).

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan terhadap 65 responden pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2), Kepuasan Pelanggan (Z) dan Loyalitas Pelanggan (Y) diketahui mempunyai hasil analisa yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian melalui analisa SEM AMOS dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z (Kepuasan Pelanggan) pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik, dari indikator wujud fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan mempunyai nilai Probability (P) $0,962 > 0,05$ dan nilai $t_{0,048} < 1,96$.

2. Pada variabel X2 (Citra Perusahaan) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z (Kepuasan Pelanggan) pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik, dari indikator personality, reputasi dan identitas mempunyai nilai Probability (P) $0,122 > 0,05$ dan nilai $t_{1,545} < 1,96$.

3. Pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik, dengan indikator wujud fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan mempunyai nilai Probability (P) $0,037 < 0,05$ dan nilai $t_{2,089} > 1,96$.

4. Pada variabel X2 (Citra Perusahaan) dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) pada PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik, dengan indikator personality, reputasi dan identitas perusahaan mempunyai nilai Probability (P) $0,005 < 0,05$, nilai $t_{2,781} > 1,96$.

5. Variabel Z (Kepuasan Pelanggan) dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh tetapi kurang signifikan terhadap Y (Loyalitas Pelanggan) di PT. Varia Usaha Dharma Segara di Gresik dengan indikator sesuai harapan, kinerja dan perbandingan nilainya Probability (P) $0,051 < 0,05$ dan nilai $t_{1,948} < 1,96$.

DAFTAR PUSTAKA

Adeniji, A. Adenike, Osibanjo, A. Omotayo, Abiodun, Abolaji Joachim and Oni-Ojo, E. E. (2015) "Corporate Image: A Strategy for Enhancing Customer Loyalty and Profitability". *Journal of South African Business Research*. DOI: 10.5171/2015.259483

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations*. Bandung : Simbiosia RekatamaMedia

Ardianto, Soemirat Soleh Prof, DR, M.S. 2010. *Dasar - Dasar Public Relation*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Bilson, Simamora. 2013. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Debry, Chrystie Alexandra Lintong. 2014. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Minuman Coca-Cola Di Manado)". *JMBI UNSRAT*. Vol. 1 No. 2. Juni 2014. ISSN: 2356-3966

Fatma, Demirci Orel dan Ali Kara (2013) "Supermarket Self-Checkout Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty: Empirical Evidence From An Emerging Market". *Journal of Retailing and Consumer Services*. DOI: 10.1016/2013.07.002

Gregory, R. James and Jack G. wiechman, 2011. *Pemasaran Ritel (Edisi kesebelas)*

Handrianus, David dan Yenny Lego (2016) "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Di Jakarta". *Conference on Management and Behavioral Studies Universitas*

Tarumanagara, Jakarta. ISSN NO: 2541-3400

Hidajahningtyas, Nurullah. 2013. "Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember". *Jurnal ekonomi akuntansi manajemen vol 12 no 1 hal 39-53*.

Brahmasari, Ida Aju Brahmasari, Hotman Panjaitan dan Sutrisno. 2016. "The Influence of Service Quality, and Customer Relationship Management (CRM) Of Patient Satisfaction, Brand Image, Trust, and Patient Loyalty on Indonesian National Army Level II Hospitals".

- International Journal of Business and Management Invention. Volume 5 Issue 5. ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X
- Irawan, Handi. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (cetakan ke 11). PT Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012, Marketing Management Edisi 14, Global Edition. Pearson. Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Leila, Agha Kasiri, Kenny Teoh Guan Cheng, Murali Sambasivan, Samsinar Md. Sidin. 2017. “Integration Of Standardization And Customization: Impact On Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty”. Journal of Retailing and Consumer Services 35 (2017) 91–97. DOI : 10.1016 / 2016.11.007
- Malau, Herman. 2017. Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta
- Manaf, Abdul. 2016, Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Mauludin, Hanif. 2010. Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Nurudin. 2018. “Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)”. Jurnal STIE SEMARAN. Vol 10 No 1 Edisi Februari 2018 (ISSN: 2085-5656, e-ISSN : 2232-826)
- Pangandaheng, Fony. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu”. e-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2, Pebruari 2015 hlm 51-67. ISSN: 2302-2019
- Rahayu, B.S. & Saryanti, E. 2014. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah”. Jurnal Advance. Edisi Februari, Vol. 1, No. 2, Hal. 11-25, ISSN: 2337-5221.
- Rahim, Hussain, Amjad Al Nasser dan Yomna K. Hussain (2014) “Service Quality And Customer Satisfaction Of A UAE-Based Airline: An Empirical Investigation”. Journal of Air Transport Management. hlm 1-9. DOI: 10.1016/2014.10.001
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta,. Salemba Empat
- Ruslan, Rosady. 2010. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi. Cetakan ke-10. Jakarta: Raja Persada Grafindo.
- Saputra, Falla. 2013. “Kualitas Layanan, Citra dan pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan: (Studi kasus pada Bank BNI 46 Sentra Kredit Surabaya)” Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol II, No. 3 ISSN: 1693-5241
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Banten: Penerbit Andi
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. In Media: Bogor.
- Suratno, Fathoni, A., & Haryono, A.T. 2016. “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PTP Pelabuan Indonesia III Semarang”. Journal of Management. Edisi Maret, Vol. 2, No. 2, Hal. 1-16.

Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran Jasa. CV. Andi:Yogyakarta
Tjiptono, Fandy, 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Yogyakarta: CV Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction (ed 3). Yogyakarta. Andi.

Tony, Wijaya. 2011. Manajemen Kualitas Jasa, Cetakan Ke-1, Kembangan, Jakarta Barat : PT. Indeks