

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NASABAH PT. AGRODANA *FUTURES* SURABAYA

Belinda Eka Putri¹
Masreviastuti²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹belindaeka127@gmail.com

²masreviastuti@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya pada Team B dengan sampel sebanyak 72 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data yang diteliti merupakan data primer yang diambil langsung dari hasil kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya. Penelitian secara parsial Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata-kata kunci: Kualitas Pelayanan; Citra Perusahaan; Loyalitas Pelanggan

Abstract

The research aims to analyze the effect of service quality and corporate image on customer loyalty to customers of PT. Agrodana Futures Surabaya. The research uses quantitative research. The population used is the customers of PT. Agrodana Futures Surabaya in Team B with a sample of 72 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data studied are primary data taken directly from the results of the questionnaire.

The results of research indicate that the quality of service and corporate image simultaneously have a significant effect on customer loyalty to customers of PT. Agrodana Futures Surabaya. Partial research on service quality has no significant effect on customer loyalty, while company image has a positive and significant effect on customer loyalty

Keywords: Quality of Service, Company Image, Customer Loyalty.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada era modern saat ini, perkembangan bisnis pialang berjangka di Indonesia semakin pesat. Dalam keadaan ini menuntut perusahaan untuk berpikir cerdas untuk menyusun strategi perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dan dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan pialang yang berkecimpung dalam bisnis pialang berjangka adalah Perusahaan PT. Agrodana *Futures*. PT. Agrodana *Futures* memiliki 4 cabang di Indonesia salah satunya di Surabaya.

Kualitas pelayanan sebagai bahan pertimbangan dikarenakan kualitas pelayanan merupakan suatu tolak ukur yang dinilai oleh pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan maka tentunya

pelanggan tersebut merasa puas sehingga menjadi pelanggan yang loyal dengan perusahaan. Selain memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan tentunya juga memperhatikan citra perusahaannya.

Dalam meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan citra perusahaan merupakan salah satu faktor penting agar pelanggan dapat loyal dengan perusahaan PT. Agrodana *Futures* Surabaya. Karena pada umumnya, pelanggan yang loyal pada organisasi, loyalitas merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan suatu perusahaan. Apabila pelanggan loyal dengan perusahaan maka perusahaan berhasil menjalankan pelayanan yang baik dan perusahaan memiliki citra yang baik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis memilih judul untuk penelitian yaitu

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah PT. Agrodana Futures Surabaya”

1.2. Rumusan Masalah

Apakah Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terdapat pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada nasabah PT. Agrodana Futures Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan pada Nasabah PT. Agrodana Futures Surabaya

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu :

1. Wijayanto (2015) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
2. Juniarta (2017) menunjukkan bahwa Variabel kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.
3. Octavia (2019) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan nasabah Bank Index Kantor Cabang Lampung
4. Edar, Asdar dan Munir (2019) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
5. Susanto, Subagia (2019) menunjukkan bahwa Kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2016:125) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

2.2.2. Citra Perusahaan

Menurut Nguyen dan Blanc dalam S. Gasing dan Suryanto (2016:155) mendefinisikan citra perusahaan adalah keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat.

2.2.3. Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) menjelaskan bahwa loyalitas mengacu pada wujud perilaku dari unit – unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus – menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:413) yang menyatakan bahwa kualitas merupakan jaminan terbaik kami atas loyalitas, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri dan satu – satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

2.3.2. Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Suwandi (2010:11) menyatakan bahwa Citra perusahaan menunjukkan kesan obyek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber

2.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:210) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Loyalitas Pelanggan termasuk perilaku (Retensi Pelanggan) di mana pelanggan melakukan pembelian ulang suatu barang merek tertentu saat ini, daripada memilih merek pesaing sebagai gantinya atau mempergunakan jasa mereka saat ini daripada memilih jasa yang lainnya. Loyalitas Pelanggan termasuk sikap di mana penilaian pelanggan dan perasaan mengenai suatu produk, layanan, hubungan, merek atau perusahaan yang terkait dengan pembelian ulang.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

3.2. Populasi

Populasi yang digunakan yaitu nasabah PT. Agrodana Futures Surabaya pada Team B.

3.3. Sampel

Sampel yang digunakan sebanyak 72 responden.

3.4. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) menurut Tjiptono (2012:75) terdapat 5 indikator yaitu Reliabilitas, Responsiveness, Jaminan (*Assurance*), Empati dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Citra Perusahaan (X2) menurut Suwandi (2010) terdapat 4 indikator yaitu *Personality*, *Reputation*, *Value*, dan *Corporate Identity*.

Loyalitas Pelanggan (Y) menurut Tjiptono (2019:419) terdapat 2 indikator yaitu Aliran Skolastik (Perspektif Behavior) dan Aliran Deterministik (Persepektif Sikap)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

3.7. Metode Analisa

Metode analisa menggunakan analisis regresi linier berganda.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sunyoto (2011:114) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sunyoto (2011:110) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:160) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

3.8.3.2. Uji Heteroskedastisita

Menurut Ghozali (2011:139) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

3.8.3.3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:105) mengatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)

3.8.4 Uji t

Uji hipotesis t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial penerimaan dan penolakan hipotesis.

3.8.5 Uji F

Menurut Ghozali (2011:98) mengatakan bahwa uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh dan variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama – sama atau simultan.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil keseluruhan item dari Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan dinyatakan reliabel.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas bahwa titik data menyebar pada sekitar garis diagonal dan tidak menyebar menjauhi garis diagonal sehingga dinyatakan data terdistribusi normal.

4.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas bahwa titik data menyebar dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas.

4.3.3. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa data terbebas atau tidak terjadi masalah multikolinieritas.

4.4. Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai $t_{hitung} 1,709 > t_{tabel} 1,666$ dan signifikansi $0,481 > 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan Citra Perusahaan (X2) memiliki nilai $t_{hitung} 2,184 > t_{tabel} 1,666$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa Variabel Citra Perusahaan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan

terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya.

4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan bahwa nilai $F_{hitung} 5,967 > F_{tabel} 3,13$ serta signifikansi $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya.

4.6. Bahasan

Dalam penelitian ini melibatkan sebanyak 72 responden sebagai sampel. Mayoritas responden berjenis kelamin laki – laki, berusia 17 – 25 tahun dan memiliki pekerjaan sebagai Wirausaha. Pada hasil analisis data koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,173 atau 17,3%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) berkontribusi pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y) hanya sebesar 17,3% sedangkan sisanya $100\% - 17,3\% = 82,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau diluar penelitian.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. Agrodana *Futures* Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan PT. Agrodana *Futures* Surabaya adalah perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, dapat memahami keinginan dari nasabah, memberikan informasi yang terpercaya dan menjaga citra baik perusahaan agar nasabah tetap percaya dengan perusahaan sehingga nasabah tetap loyal dengan perusahaan

6. Daftar Rujukan

Edar, A. F., Asdar, M., & Munir, A. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap . *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*. Vol. 2 No. 4.

Fatihudin, Didin; Firmansyah , Anang. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama

Gassing, Syarifuddin & Suryanto. (2016). *Public Relation*. Yogyakarta: Andi.

Ghozali, Imam.2011. *Statistik Non-Parametrik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Juniarta, Hilmy Rizqario; Masreviastuti. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Jatim Jombang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. ISSN 2407-3741. E-ISSN 2407-5523.

Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat

Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. ISSN 1907-235X. E-ISSN 2597-615X. Vol. 13.

Sangadji , Etta Mamang; Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sunyoto, Danang. (2011). *Praktik SPSS untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Susanto, H. P., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza . *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. ISSN 2338-4794. E-ISSN 2579-7476. Vol. 7 No. 1.

Suwandi, Iman Mulyana Dwi. (2010). *Citra Perusahaan*. www.e-iman.uni.cc: Seri Manajemen Pemasaran .

Tjiptono, Fandy;. (2012). *Pemasaran Strategi* . Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Vol 17 No. 1