



Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Michel Vincencia¹, Elia Ardyan²

^{1,2}Universitas Ciputra Surabaya

Abstract

Received: 6 Februari 2023
Revised: 25 Februari 2023
Accepted: 14 Maret 2023

The goal of this study is to investigate how customer satisfaction, a mediating variable, affects the relationship between service quality and corporate image and customer loyalty at Toko Graha Elektronik in Palembang City. Service quality (X1), company image (X2), customer happiness (M), and customer loyalty were the variables examined (Y). SEM-PLS is the analysis program used. With a sample size of 180 respondents, the population in this study consists of Toko Graha Elektronik customers who have made at least two purchases. The findings indicated that customer satisfaction has an impact on service quality, company image has an impact on customer satisfaction, service quality has no impact on customer loyalty, company image has no impact on customer loyalty, customer satisfaction has an impact on customer loyalty, service quality has an impact on customer loyalty through customer satisfaction as a mediating variable, and corporate image has no impact on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Service quality, Corporate image, Customer satisfaction, and Customer loyalty.

(*) Corresponding Author: michelvincencia@yahoo.co.id

How to Cite: Vincencia, M., & Ardyan, E. (2023). Analysis of the Effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Loyalty at Toko Graha Elektronik in Palembang City Mediated by Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 413-420. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7988019>

PENDAHULUAN

Seiring dengan ekspansi ekonomi Indonesia di era globalisasi, perekonomian Indonesia saat ini lebih berkembang dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan, memuaskan klien, dan tentunya menjaga citra perusahaan yang pada akhirnya akan membuat pelanggan setia kepada perusahaan saat kita memasuki masa ini. Baik bagi industri manufaktur produk maupun jasa, penyediaan produk dan pelayanan yang baik menjadi dasar bagi perusahaan untuk menarik minat pelanggan. Terutama pada perusahaan yang menjual barang elektronik keperluan rumah tangga. Menurut Utami (2021), sangatlah mustahil untuk memisahkan masyarakat di era modern ini dari penggunaan produk elektronik dalam aktivitas sehari-hari. Mulai dari lampu, *smartphone*, lemari es makanan, penanak nasi otomatis, mesin cuci, dan masih banyak barang elektronik lainnya yang dapat mempermudah dalam rutinitas harian.

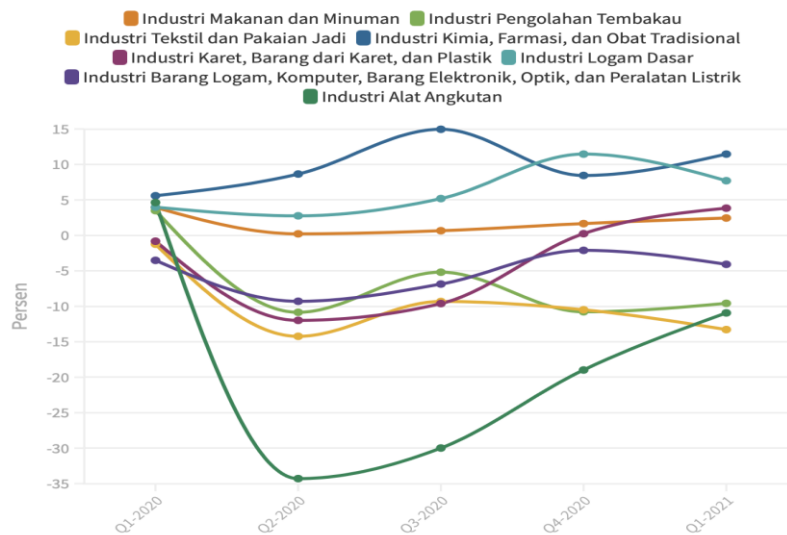
Semakin banyak permintaan akan barang elektronik di masyarakat, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat. Mulai dari bisnis barang elektronik, sparepart elektronik, dan masih banyak lagi yang dapat ditemukan di sekitar. Banyaknya jumlah pesaing yang menjual



barang-barang elektronik membuat persaingan menjadi lebih ketat dalam memperebutkan pelanggan serta mempertahankan target pasar yang ada, perusahaan yang menjual barang elektronik saat ini mulai memperhatikan beberapa faktor yang sangat penting untuk menarik para pelanggan agar mereka loyal kepada perusahaan tersebut. Agar dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan, perusahaan harus dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dan juga memperkuat citra perusahaan di benak para konsumen. Perusahaan harus berlomba-lomba, menjadi berguna, bermutu, dan inovatif dalam mengembangkan perusahaan yang persaingannya amat pesat di era globalisasi seperti saat ini.

Di tahun 2020, kondisi ekonomi di Indonesia mengalami penurunan pada semua sektor bisnis karena pandemi *Covid-19*. Perekonomian mulai kembali pulih pada awal tahun 2022 menurut Departemen Komunikasi Bank Indonesia. Bahkan diperkirakan di tahun 2022, ekonomi Indonesia dapat tumbuh pada kisaran 4,5%-5,3%. Dibandingkan kuartal III 2020, penjualan barang elektronik akan meningkat pada kuartal IV tahun 2020 (Garis berwarna ungu pada gambar 1.1). Hal ini sejalan dengan meningkatnya permintaan akibat pelanggaran PPKM.

Pertumbuhan Industri Pengolahan dan Makanan-Minuman
(Kuartal I 2019-2021)



Gambar 1 Grafik Pertumbuhan Industri Pengolahan dan Makanan-Minuman

Sumber: Katadata (2021)

Setiap perusahaan perlu secara teratur memantau persaingan dalam lingkungan bisnisnya karena keadaan pasar Indonesia yang kompetitif dan dinamis. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang menggunakan strategi dimana perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan dengan maksimal. Hal ini menjadi suatu kebutuhan dasar pada pasar perusahaan elektronik dan membantu perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, karena menurut Clemes, dkk (2008), kualitas layanan adalah dasar bagi kepuasan pelanggan. Untuk menjalin hubungan kerja yang positif dengan konsumen, bisnis harus mampu memberikan kesan pertama yang baik. Tanggapan emosional pelanggan terhadap merek akan dipengaruhi oleh pengalaman ini. Kesempatan ini akan meningkatkan

minat dan loyalitas klien, yang akan membuat klien merasa puas dengan barang atau jasa yang ditawarkan bisnis.

Kondisi perekonomian Indonesia di prediksi akan kembali normal di tahun 2022 menurut Menteri BUMN Erick Thohir (Tanjung & Fauzi, 2021). Tetapi prediksi tersebut tidak sesuai dengan hasil dari data sekunder diatas, dimana jumlah pembeli pada kuartal 1 tahun 2022 masih belum pulih dari sebelum adanya pandemi, bahkan jumlah pembeli menurun dari kuartal 4 pada tahun 2021. Agar dapat bersaing dan menjadi yang terbaik, Toko Graha Elektronik tidak hanya meningkatkan pelayanan kepada pelanggan tetapi juga seluruh aspek pada citra perusahaan. Pembentukan citra perusahaan yang positif dan jujur merupakan komponen penting yang perlu diperhatikan. Pandangan seseorang tentang citra perusahaan perusahaan didasarkan pada seluruh keterlibatan mereka dengan bisnis (Chaerunisah, 2021).

Perusahaan percaya bahwa dengan memaksimalkan pelayanan yang baik dan memuaskan, pelanggan akan lebih tertarik membeli di perusahaan tersebut dan akan membuat pendapatan di Toko Graha Elektronik meningkat. Sebab pelayanan yang baik akan melekat pada pikiran konsumen terhadap citra perusahaan sehingga peluang konsumen dalam menjadi pelanggan yang loyal akan semakin tinggi. Menurut klaim yang dibuat oleh Pratama, et al. (2019), bisnis harus memprioritaskan menjaga klien dengan meningkatkan kualitas layanan mereka dengan harapan mereka akan senang dan bertahan sebagai pelanggan tetap atau pelanggan setia dalam jangka panjang.

Saat ini, semua pelaku bisnis yang bekerja di industri produk atau jasa mulai memahami bahwa telah terjadi pergeseran paradigma, dan bahwa lebih baik mempertahankan klien saat ini daripada mencoba mendapatkan klien baru (Aprillia, 2004). Ada beberapa anggapan yang mendukung klaim ini karena berbagai alasan, termasuk fakta bahwa lebih banyak dana untuk mendatangkan konsumen baru melalui berbagai bentuk iklan daripada mempertahankan yang sudah ada dengan menyediakan layanan berkualitas yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini akan menggunakan dua variabel independen—kualitas layanan dan citra perusahaan—untuk menguji pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediasi, maka dalam penelitian ini dilakukan suatu penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui strategi apa yang harus dilakukan oleh Toko Graha Elektronik untuk mendapatkan pelanggan yang loyal.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif akan diterapkan dalam penyelidikan ini. Pendekatan kuantitatif menggabungkan sains dan seni dalam hal teknik pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi temuan analisis untuk pengambilan keputusan (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Secara tradisional, penelitian kuantitatif telah digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil pengujian hipotesis akan disertai

dengan analisis deskriptif untuk mendukung hipotesis saat ini. Dalam penelitian ini, menyebarkan kuesioner adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner menurut Sugiyono (2016) adalah pendekatan pengumpulan data yang meminta responden untuk memberikan tanggapan tertulis atas serangkaian pertanyaan. Hasil survei akan digunakan untuk memeriksa data dan menentukan apakah hipotesis itu benar. Survei online akan dikirimkan kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian di toko Graha Elektronik Kota Palembang. Data tersebut kemudian dilakukan dua proses yaitu pengumpulan data menggunakan Microsoft Excel dan analisis menggunakan perangkat lunak SMARTPLS 3.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Layanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan pada Toko Graha Elektronik Palembang berpengaruh terhadap variabel Kualitas Pelayanan, sesuai dengan hasil perhitungan data uji SEM-PLS. Akibatnya, teori penelitian dikonfirmasi. Daya tanggap merupakan indikator kualitas pelayanan dengan nilai tertinggi yang diukur dengan nilai outer loading. Oleh karena itu, tindakan terbaik Toko Graha Elektronik adalah terus memberikan penyelesaian yang cepat atas keluhan dan masalah klien. Meningkatkan kebahagiaan klien dapat dicapai dengan menggunakan taktik ini. Menurut Putra (2014), pelanggan akan merasa lebih puas dengan kualitas layanan jika direspon dengan cepat, memperhatikan masalah pelanggan, melayani dengan sopan dan memiliki perilaku yang baik. Pelanggan akan lebih puas dengan kualitas layanan yang lebih baik seperti waktu respons yang cepat, memperhatikan masalah pelanggan, layanan yang sopan, dan perilaku yang baik (Putra, 2014). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan perusahaan yang kuat akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahayu (2021) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

Citra Perusahaan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Citra Perusahaan Toko Graha Elektronik Palembang berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, sesuai dengan analisis statistik temuan uji SEM-PLS. Akibatnya, teori penelitian dikonfirmasi. Indikator citra perusahaan yang nilainya paling besar dilihat dari nilai outer loading adalah Nilai. Dalam penelitian ini, nilai yang dimaksud adalah budaya perusahaan, seperti perhatian manajemen terhadap pelanggan dan kecepatan karyawan dalam menanggapi pertanyaan dan kekhawatiran pelanggan (Kotler & Keller, 2019). Nilai dari Toko Graha Elektronik berbeda dengan toko lain sehingga membuat pelanggan merasa lebih puas membeli barang di Toko Graha Elektronik, karena owner toko turun langsung dalam melayani pelanggan. Pemilik usaha dapat sesekali melayani langsung atau setidaknya menyapa pelanggan, pelanggan akan merasa sangat dihargai dan merasa lebih puas. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Syahwi & Pantawis (2021) yang menemukan bahwa citra perusahaan berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan yang positif diperlukan bagi bisnis untuk meningkatkan kepuasan klien. Kemampuan perusahaan untuk melayani klien dengan produk dan layanan berkualitas tinggi mencerminkan citra perusahaannya dengan baik. Semakin tinggi kualitas yang ditawarkan, semakin

baik pelanggan melihat bisnis tersebut. Perusahaan berada dalam posisi yang lebih baik untuk sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan ketika pelanggan puas.

Kualitas Layanan tidak berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan SEM-PLS, variabel Customer Loyalty di Toko Graha Elektronik tidak dipengaruhi oleh variabel Service Quality. Akibatnya, hipotesis penelitian itu dibantah. Temuan ini mendukung penelitian Triandewo & Yustine (2020) yang menemukan bahwa loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan ketika karakteristik saat ini dipertimbangkan cenderung memiliki dampak yang relatif kecil terhadap loyalitas pelanggan. Temuan studi ini dijelaskan oleh fakta bahwa pelanggan tidak dapat setia pada bisnis jika tidak memenuhi harapan mereka. Hal ini karena hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan tidak substansial. Studi oleh Cristobal et al. (2007), yang menemukan bahwa kualitas layanan tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan pada kelompok pembeli, mendukung kesimpulan tersebut. Ini karena penyedia layanan terus peduli dengan pelanggan mereka, yang mencegah kualitas layanan berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Citra Perusahaan tidak berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan SEM-PLS, variabel Loyalitas Pelanggan pada Toko Graha Elektronik tidak dipengaruhi oleh variabel Corporate Image. Akibatnya, hipotesis penelitian itu dibantah. Persaingan ketat kota Palembang di sektor bisnis elektronik kemungkinan besar menjadi penyebab banyaknya pilihan yang tersedia bagi klien saat melakukan pembelian. Persaingan di Kota Palembang sangat ketat, terutama dalam perang harga. Sehingga sebelum suatu pelanggan ingin membeli barang di suatu perusahaan, mereka akan menggunakan pengalaman berbelanja sebelumnya mengenai harga di perusahaan mana yang lebih murah. Maka dari itu, yang menempel di benak pelanggan adalah perusahaan yang memiliki harga yang kompetitif dan relatif murah. Akibatnya, pelanggan tidak membeli di Toko Graha Elektronik dan tidak menimbulkan loyalitas. Temuan penelitian ini konsisten dengan Triandewo & Yustine (2020) yang tidak menemukan hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini mencoba mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas patron. Akibatnya, loyalitas klien tidak terpengaruh oleh citra perusahaan. Pelanggan mungkin tidak bertransaksi dengan perusahaan lagi meskipun mereka memiliki opini positif tentangnya; ini bisa jadi karena faktor lain termasuk seberapa cepat menanggapi kekhawatiran konsumen.

Kepuasan Pelanggan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan pada Toko Graha Elektronik, sesuai dengan hasil perhitungan SEM-PLS. Akibatnya, teori penelitian dikonfirmasi. Indikator yang nilainya paling besar dilihat dari nilai outer loading adalah Harga. Menurut responden dari hasil kuesioner, harga yang ditawarkan Toko Graha Elektronik lebih murah daripada toko lain. Hasilnya, pelanggan akan lebih puas, dan pengalaman berbelanja yang positif akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian di masa mendatang di bisnis tersebut dan mengubahnya menjadi pelanggan yang berdedikasi (Kotler & Keller, 2007). Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Gultom, et al. (2020), yang menemukan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara

signifikan oleh kepuasan pelanggan. Pelanggan yang senang biasanya tahan terhadap pengaruh perusahaan yang buruk. Meski begitu, pelanggan setia akan tetap berbelanja di Graha Elektronik Store meskipun ada kesalahan atau kekurangan. Pelanggan yang senang dengan layanan yang mereka terima cenderung lebih percaya pada bisnis dan memiliki harapan tinggi untuk menggunakan layanan ini sekali lagi di masa mendatang. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa pelanggan yang senang dengan pelayanan yang diberikan Toko Graha Elektronik akan termotivasi untuk melakukan pembelian tambahan di masa mendatang dan memiliki ekspektasi yang tinggi untuk bertahan.

Kualitas Layanan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi

Variabel Customer Satisfaction Toko Graha Elektronik berperan sebagai mediator antara variabel Customer Loyalty dengan variabel Service Quality, sesuai dengan hasil perhitungan SEM-PLS. Akibatnya, teori penelitian dikonfirmasi. Tujuan utama sebuah bisnis adalah menghasilkan barang berkualitas tinggi yang membuat pelanggan senang dan puas. Ini menumbuhkan hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan yang berfungsi sebagai dasar untuk membangun loyalitas pelanggan dan menghasilkan iklan dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi bisnis (Tjiptono, 2018). Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Saputri, et al. (2021), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan karena memastikan bahwa pelanggan tidak akan pindah ke barang pesaing jika mereka setia pada bisnis.

Citra Perusahaan tidak berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi

Variabel Kepuasan Pelanggan berfungsi sebagai mediator antara variabel Citra Perusahaan dan variabel Loyalitas Pelanggan di Toko Graha Elektronik, sesuai dengan hasil perhitungan SEM-PLS. Akibatnya, hipotesis penelitian itu dibantah. Temuan ini mendukung penelitian Almassawa (2018) yang menemukan tidak ada hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan ketika kesenangan pelanggan berfungsi sebagai mediator. Dengan kata lain diyakini bahwa kepuasan pelanggan merupakan mediator yang lemah dari pengaruh citra perusahaan terhadap perkembangan loyalitas pelanggan. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Ernawati & Untung (2011) yang menyatakan bahwa hubungan antara kebahagiaan konsumen dan loyalitas merek dimediasi oleh kepuasan konsumen. Menurut survei ini, kemungkinan besar pelanggan akan bertahan jika mereka puas dengan nilai dan tingkat layanan yang mereka terima.

KESIMPULAN

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang. Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang. Citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Graha Elektronik Kota

Palembang Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang

Citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Toko Graha Elektronik Kota Palembang

REFERENSI

- Almassawa, S. F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6.
- Chaerunisah, Nisah (2021). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Putra, R. P. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Pratama, E. H., Santoso, A., & Girahani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kota Blitar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*.
- Rahayu, H. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Korporasi XXX. *Repository Journal*.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Saputri, A. N., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT. Telkom di Kota Semarang). *Journal of Economics and Banking*.
- Tanjung, E., & Fauzi, A. (2021, May 21). *Tahun Depan Diramal Ekonomi Indonesia Sudah Kembali Normal*. Retrieved from Suara: <https://www.suara.com/bisnis/2021/05/20/000500/tahun-depan-diramal-ekonomi-indonesia-sudah-kembali-normal>
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triandewo, M. A., & Yustine. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.

Utami, S. N. (2021, Juli 07). *Elektronika: Pengertian, Fungsi Dasar, dan Cabang Ilmunya*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/07/07/115552769/elektronika-pengertian-fungsi-dasar-dan-cabang-ilmunya?page=all>