

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND COMPANY IMAGE ON TB
CONSUMER SATISFACTION IN MAJU CITY OF BANDUNG**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TB PADA MAJU KOTA BANDUNG**

Sri Ayu Rachmawati¹, Saad Noor²

Politeknik Piksi Ganesha^{1,2}

ayuadeldewi20@gmail.com¹, saadnoorkds@gmail.com²

ABSTRACT

This analysis intends to obtain results from, 1. Dominance of Service Quality with regard to Customer Satisfaction, 2. Dominance of Service Quality with regard to Company Image, 3. Dominance of Service Quality and Company Image with regard to Customer Satisfaction. The form of analysis used is descriptive analysis (explanatory research) through a quantitative strategy. The model used is 12 models as employees of TB PADA MAJU and several consumer respondents who shop in a day. The process of collecting the model used is accidental sampling, the data collection technique uses a respondent's questionnaire. By using descriptive analysis.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Company Image

ABSTRAK

Analisis ini bermaksud agar mendapatkan hasil dari, 1. Dominasi Kualitas Pelayanan berkenaan dengan Kepuasan Konsumen, 2. Dominasi Kualitas Pelayanan berkenaan dengan Citra Perusahaan, 3. Dominasi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berkenaan dengan Kepuasan Konsumen. Bentuk analisis yang dipakai ialah analisis deskripsi (*eksplanatory reseach*) melalui strategi kuantitatif. Model yang digunakan 12 model sebagai karyawan TB PADA MAJU dan beberapa responden konsumen yang belanja dalam sehari. Proses pengumpulan model yang dipakai adalah *accidental sampling* teknik pengambilan data memakai kuesioner responden. Dengan menggunakan analisis deskriptif.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Citra Perusahaan

PENDAHULUAN

Kabupaten Kota Bandung merupakan Ibu kota Propinsi Jawa Barat Peringkat I. Kota Bandung berperan dalam industri terutama industri bangunan(www.ekonomi.bisnis.com,2021). Keadaan ini mendorong berdirinya Perusahaan besar sampai kecil seperti Toko material, pada 2019 ada terdapat 60+ Perusahaan yang sudah beroperasi (www.alamatelpn.com, 2019).

Demikian peristiwa tersebut memicu adanya kompetisi antara toko-toko material tersebut. Toko material

tersebut berkompetisi dengan Kualitas Pelayanan yang mereka berikan secara baik mengambil perhatian konsumen. Ukuran Kualitas Pelayanan yang dapat diterapkan dengan baik yakni sebagai kunci dari *variable* kesuksesan Toko, dikarenakan mampu membuat Kepuasan Konsumen, sehingga dapat memicu konsumen untuk belanja lagi di Toko tersebut.

Jika Pelayanan Toko yang baik dapat diberikan oleh karyawan maka konsumen akan puas sehingga Citra Toko *positif* bagi konsumen. Demikian akan menimbulkan Kepuasan

Konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen dapat dilakukan oleh pemimpin Toko untuk mengarahkan karyawan tanggung jawab dalam memberikan produk terbaik sesuai harga dan kebutuhan konsumen.

Mengenai definisi diatas, maka analisis yang akan dibuat bertujuan untuk menganalisis dominasi Kualitas Pelayanan berkenaan dengan Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan berkenaan dengan Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berkenaan dengan Kepuasan Konsumen di TB PADA MAJU Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah di analisis ini bagaimana Kualitas Pelayanan di TB Pada Maju mampu mendominasi Kepuasan Konsumen dan Citra Perusahaan.

Tujuan dan manfaat dilakukannya analisis ini diantaranya :

- 1) Untuk mendapatkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di TB Pada Maju.
- 2) Untuk mendapatkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di TB Pada Maju.
- 3) Untuk mendapatkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di TB Pada Maju.

2. Target Analisis

Target Analisis ini yaitu Konsumen yang berkunjung di TB Pada Maju Kota Bandung. Pengertian dari target analisis ialah sebuah *atribut* / karakter dari konsumen, target atau pekerjaan yang memiliki jenis spesipik yang ditetapkan oleh analisis akan ditinjau lalu diambil kepastiannya (Sugiyono, 2017)

1) Kualitas Pelayanan

Menurut Hardiansyah Kualitas Pelayanan yaitu sebuah keadaan *intens* yang berkaitan dengan barang, kontribusi, orang, teknik, dan sektor. yang terdapat pengujian kualitasnya ditetapkan ketika perihal diserahkannya pelayanan tersebut (Hardiansyah, 2011).

1) Citra Perusahaan

Citra Perusahaan tidak bisa dijadikan hanya dalam waktu sehari saja, yang demikian Citra Perusahaan harus dirintis oleh perusahaan tersebut supaya menghasikan impresi dan persepsi *positif* kepada Konsumen. Citra Perusahaan ialah serangkaian kepercayaan, gagasan, dan impresi yang diperoleh seseorang berkenaan dengan destinasi (Kotler, Philip and Keller, 2013).

2) Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen merupakan derajat ketika seseorang merasakan perbedaan performa atau hasil yang didapatkan berkenaan dengan harapannya (Kotler, 2005).

METODE PENELITIAN

Metode ini memakai metode Kuantitatif menyesuaikan dengan analisis yang dituju. Dengan metode kuantitatif yang bersumber dari *filosof positif*, yang dipakai untuk meneliti kelompok atau model yang ditentukan, proses model yang diambil pada dasarnya dikerjakan secara acak, data dikumpulkan menggunakan komponen analisis, analisis data berbentuk kuantitatif *statistic* yang bermaksud untuk uji *hipotesa* ketika sudah dirumuskan(Sugiyono, 2017)

Kelompok dan model di analisis ini adalah konsumen TB Pada Maju Kota Bandung, kelompok yang menjadi model bisa ditimbulkan karena bertepatan atau sebab aspek lain yang

awalnya telah diagendakan oleh penyelidik. Model yaitu elemen dari kuantitas yang keunikannya dimiliki kelompok tersebut (Sugiyono, 2017). Metode pengambilan model melalui *kusisioner responden* yang pernah melakukan pembelian di TB Pada Maju.

Metode Analisis Data

Analisis ini memakai analisis deskriptif yang dimana analisisnya dipakai untuk mengetahui *variable single* variabel yang berdiri sendiri dengan satu *variable* atau banyak dengan tidak membuat sebuah perbedaan antara *variabel* itu sendiri serta mencari ikatan dengan *variable* lain. Dengan analisis *statistic* deskritif dengan proses analisis data secara mendasar dengan menghitung nilai *min*, *max* dan *mean* (Sugiyono, 2017).

Sumber Data dan Jenis

Data atau informasi yang dimanfaatkan pada observasi dilakukan terhadap *atribut* / artikel, khususnya informasi yang akan digunakan untuk menentukan titik fokus analisis (Sugiyono, 2017).

Teknik pengerahan data pada penelitian ini menggunakan survei menurut (Sugiyono, 2017) “kuesioner yaitu prosedur pengumpulan data yang diselesaikan dengan menawarkan pernyataan atau pertanyaan yang cenderung ditanggapi responden untuk dijawabnya”.

Analisis tinjauan menggunakan komponen survei (kuesioner) merupakan strategi pengukuran keragaman informasi yang ampuh jika analisis tersebut memahami faktor-faktor yang akan diperkirakan dan mendapatkan apa yang dibutuhkan responden. Dimaksudkan agar *validity* analisis dapat dicapai dengan baik, apabila responden tidak sesuai target maka dikhawatirkan bentuk yang

menunjukkan objek yang diteliti tidak dapat diuraikan secara baik.

Dalam analisis ini menggunakan *google from* untuk menyebarkan kuesioner. *Google from* ini bertujuan untuk mempermudah penyebaran kuesioner kepada para konsumen TB Pada Maju Bangunan Kota Bandung.

Kelompok dan Model

1. Kelompok

Teknik analisis ini memakai teknik analisis kuantitatif yaitu teknik data yang berupa analisis aritmatika dan analisis statistik (Sugiyono, 2017).

Kelompok dan model di analisis ini adalah konsumen TB Pada Maju Kota Bandung, populasi yang menjadi sample bisa ditimbulkan karena bertepatan atau sebab aspek lain yang awalnya telah diagendakan oleh penyelidik. Sampel adalah elemen dari kuantitas dan keunikan yang populasi tersebut miliki (Sugiyono, 2017) Metode pengambilan sampel melalui responden yaitu sampel yang pernah melakukan pembelian langsung di TB Pada Maju Kota Bandung.

2. Model

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Metode penelitian Bisnis”, model ialah elemen dari total dan keunikan yang diperoleh kelompok tersebut. jika kelompok banyak, dan analisis tidak memungkinkan memahami semua yang terdapat pada kelompok contoh dikarenakan terbatasnya donasu dan waktu, demikian analisis dapat memakai model dari kelompok itu (Sugiyono, 2017).

Jika seorang peneliti melaksanakan pengambilan model, peneliti tentunya merasa tertarik dalam pertimbangan satu atau lebih nilai-nilai kelompok atau menguji satu atau lebih hipotesa statistic.

Menurut Sugiyono, menjelaskan pengukuran model disebuah kelompok bisa memakai beragam varian. Yang pertama yaitu melakukan suatu proses *Slovin* memakai rumusan seperti ini :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Deskripsi :

n = Ukuran model

N = Ukuran kelompok

1 = Konstanta

e = Kelonggaran Ketidakakuratan dikarenakan tidak tepat dalam pengambilan model yang bisa ditolelir (e=0.1)

Berpedoman pada data yang di dapat oleh peneliti, maka perhitungan model sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sehingga :

$$n = \frac{185}{1 + (185 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{185}{1 + (185 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{185}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{185}{2,5}$$

$$n = 74$$

Jadi model yang digunakan dalam analisis ini adalah 74 konsumen dari 185 konsumen yang membeli ulang produk di Toko TB Pada Maju Kota Bandung.

Tabel 1. Atribut Respondent Dilihat dari Gender

Gender					
Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
				Percent	Percent
	LAKHLAKI	24	32,4	32,4	32,4
	PEREMPUAN	50	67,6	67,6	100,0
	Total	74	100,0	100,0	

Tabel 2. Atribut Respondent Dilihat dari Umur

Umur					
Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	17-25	27	36,5	36,5	36,5
	26-35	15	20,3	20,3	56,8
	36-45	32	43,2	43,2	100,0
	Total	74	100,0	100,0	

Tabel 3. Atribut Respondent Dilihat dari Pendidikan

Pendidikan					
Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	SD	2	2,7	2,7	2,7
	SMP	8	10,8	10,8	13,5
	SMA/SMK	46	62,2	62,2	75,7
	D4	1	1,4	1,4	77,0
	S1	17	23,0	23,0	100,0
	Total	74	100,0	100,0	

a) Pengujian *Validity*

Uji *validity* merupakan suatu alat ukur yang sejauh mana mampu mengukur alat yang akan diukur (Siregar, 2016). Kemudian suatu komponen yang di ukur dapat dikatakan *valid* jika komponen bisa mengukur dengan ketepatan baik saat mengukur (Muhidin, Sambas Ali, 2017). Jika signifikan rhitung dengan rtabel 0,005, namun jika rhitung < rtabel maka tidak valid maka dari itu rhitung > rtabel agar dapat dinyatakan *valid*.

b) Pengujian *Coefficient Correlations Spearman*

Korelasi *Spearman* adalah *statistic coefficients non-parametrik*, yang digunakan untuk pengukuran 2 buah *variable* atau lebih untuk mengetahui keeratan ikatan yang terdiri dari *data* yang tersusun (*ranked data*) yang masuk dalam kategori *ordinal*. Jika nilai $-1 < r < +1$ dan $r=0$ maka tidak ada ikatan yang *constant*, r menandakan kearah ikatan yang *constant* (*constant positif* dan *negative*), yang artinya korelasi *positif* mengisyaratkan bahwa kenaikan satu *variabel* berkombinasi dengan penurunan *variable* lain. Sedangkan korelasi *negative* mengisyaratkan penurunan satu

variable berkombinasi dengan kenaikan *variable* lain.

c) Pengujian *Partial t*

Pengujian *partial t* dipakai untuk pengujian yang berdominasi *variable independent* sebagai *partial* (terpisah), berkenaan dengan *variable dependent*. Dan juga dipakai untuk membuktikan pengujian hipotesa dari setiap *variable* (Priyastama, 2017).

d) Pengujian *coefficient determination*

Pengujian *determination* merupakan nilai yang dipakai sebagai alat ukur terhadap besarnya partisipasi *variable independent* berkenaan dengan naik atau turunnya *variable dependent*. Demikian *variable Y* bisa diartikan oleh *variable X* dengan $r^2\%$ nilai besarnya kemudian yang tersisa diartikan oleh *variable* yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan tentang dominasi kualitas pelayanan akan adanya kepuasan pelanggan dan citra perusahaan, demikian bagian ini akan mendeskripsikan hasil penelitian secara detail, yaitu :

**Tabel 4. Pengujian Validitas
Respondent Variable X**

No	Question	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Description
1.	X1	.708**	0.2287	Valid
2.	X2	.725**	0.2287	Valid
3.	X3	.833**	0.2287	Valid
4.	X4	.838**	0.2287	Valid
5.	X5	.836**	0.2287	Valid
6.	X6	.796**	0.2287	Valid
7.	X7	.851**	0.2287	Valid

1) Pengujian Validitas

**Tabel 5. Pengujian Validitas
Respondent Variable Y1**

No	Question	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Description
1	Y1.1	.865**	0.2287	Valid
2	Y1.2	.754**	0.2287	Valid
3	Y1.3	.917**	0.2287	Valid
4	Y1.4	.851**	0.2287	Valid

**Tabel 6. Pengujian Validitas
Respondent Variable Y2**

No	Question	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Description
1	Y2.1	.963**	0.2287	Valid
2	Y2.2	.939**	0.2287	Valid

Dari ketiga tabel tersebut di atas, seluruh *komponen* mempunyai nilai $>$ dari *rtabel* demikian bisa digambarkan seluruh *elemen Question variable* Kualitas Pelayanan X , Kepuasan Konsumen Y1 dan Citra Perusahaan Y2 maka ketiga *variable* tersebut *valid*.

2) Pengujian *Coefficient Correlations Spearman*

**Tabel 7. Pengujian *Corelations*
Spearman**

Correlations				
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan(X)	Correlation Coefficient		
		Kualitas Pelayanan(X)	Kepuasan Pelanggan(Y1)	Citra Perusahaan(Y2)
		1,000	.849**	.804**
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000
		N	74	74
	Kepuasan Pelanggan(Y1)	.849**	1,000	.761**
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000
		N	74	74
	Citra Perusahaan(Y2)	.804**	.761**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000
		N	74	74

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada hasil tabel di atas menunjukkan, diketahui bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* adalah 0,000 $<$ dari signifikansi yaitu 0.005 demikian bisa digambarkan yaitu data pada *regresi* dalam analisis ini signifikan.

3) Pengujian Partial t

Tabel 8. Pengujian Partial t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,016	0,734		1,384	0,171
	Kualitas Pelayanan(X)	0,522	0,031	0,892	16,785	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y1)

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y1)

Tabel 9. Pengujian Partial t

		<i>Coefficients^a</i>				
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,620	0,546		1,135	0,260
	Kualitas Pelayanan(X)	0,265	0,023	0,803	11,444	0,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan(Y2)

Hasil tabel Pengujian Partial t mendapatkan nilai *thitung* variabel Kualitas Pelayanan X dengan nilai 16.785 dan 11.444 > 2.645 lalu nilai Signifikansi 0.000 < 0.005 . demikian bisa digambarkan yaitu variabel Kualitas Pelayanan X berdominasi positif dengan signifikansi variabel Kepuasan Konsumen Y1 dan Citra Perusahaan Y2. *thitung* memperlihatkan angka positif yang dominasi yang positif maka dari itu jika Kualitas Pelayanan X naik maka Kepuasan Konsumen Y1 dan Citra Perusahaan Y2 juga naik sebaliknya jika menurun Kualitas Pelayanan X maka Kepuasan Konsumen Y1 dan Citra Perusahaan Y2 juga ikut menurun.

Tabel 10. F Anova

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	41,759	1	41,759	130,964	.000 ^b
Residual	22,958	72	0,319		
Total	64,716	73			

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan(Y2)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan(X)

Hasil pengujian table diatas uji F Anova mendapatkan *thitung* variabel Kualitas Pelayanan X dan Citra Perusahaan Y2 sebesar 130,964 > 2,338 lalu signifikansi dengan nilai 0,000 <

0,005. Dengan demikian dapat digambarkan , Kualitas Pelayanan X dan Citra Perusahaan Y2 mendominasi dengan bersama-sama berkenaan dengan Kepuasan Pelanggan Y1. data tersebut memperlihatkan Kualitas Pelayanan X, dan Citra Perusahaan Y2 mampu menjelaskan variabilitas Kepuasan Pelanggan Y1.

4) Pengujian Coefficient Determination

Tabel 11. Pengujian Coefficient Determination

Summary				
Models	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.794	.759

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Hasil table diatas menunjukan *Adjusted R Square* dengan nilai 0.794, maka partisipasi dominasi dari variabel *independent* Kualitas Pelayanan X berkenaan dengan variabel Kepuasan Pelanggan Y1 dengan *regresi linier* dengan nilai 79.4% kemudian tersisa 21.6% didominasi oleh sebab yang lain.

Analisis membuktikan terdapat dominasi Kualitas Pelayanan X dengan Kepuasan Pelanggan Y1. Penelitian ini didapat berlandaskan urutan analisa data yang memperlihatkan adanya ikatan yang kuat terhadap Kualitas Pelayanan X dengan Kepuasan Pelanggan Y1 yaitu 0.846 koefisien dan signifikansi 0.000<0.005 . demikian diperkuat dengan hasil Pengujian *partial t* dengan nilai 16.785 dan *ttabel* 2.645, dikarenakan *thitung*>*ttabel* sehingga hipotesa pertama yang diasumsikan disetujui. Berlandaskan dengan perolehan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan mendapatkan data yang terdistribusi secara normal dan *linier*. Dengan demikian data yang diteliti normal.

Analisis membuktikan terdapat dominasi Kualitas Pelayanan X dengan Citra Perusahaan Y2. Penelitian ini didapat berlandaskan urutan analisa data

yang memperlihatkan adanya ikatan yang kuat terhadap Kualitas Pelayanan X dengan Citra Perusahaan Y2 yaitu 0.804 koefisien dan signifikansi $0.000 < 0.005$. demikian diperkuat dengan hasil Pengujian *partial t* dengan nilai 11.444 dan *ttabel* 2.645, dikarenakan *thitung* > *ttabel* sehingga hipotesa kedua yang diasumsikan disetujui. Berlandaskan dengan perolehan hasil penelitian *variabel* Kualitas Pelayanan mendapatkan data yang terdistribusi secara normal dan *linier*. Dengan demikian data yang diteliti normal.

Analisis membuktikan terdapat dominasi Kualitas Pelayanan X dan Citra Perusahaan Y2 terhadap Kepuasan Pelanggan Y1 Penelitian ini didapat berlandaskan urutan analisa data yang memperlihatkan adanya ikatan yang kuat terhadap Kualitas Pelayanan X dan Citra Perusahaan Y2 yaitu signifikansi $0.000 < 0.005$. demikian diperkuat dengan hasil Pengujian *f* Anova dengan nilai 130.964 dengan *ftabel* 2.338, dikarenakan *fhitung* > *ftabel* sehingga hipotesa ketiga yang diasumsikan disetujui. Berlandaskan dengan perolehan hasil penelitian *variabel* Kualitas Pelayanan mendapatkan data yang terdistribusi secara normal dan *linier*. Dengan demikian data yang diteliti normal.

PENUTUP

Kesimpulan

Demikian dengan analisis tersebut bisa disimpulkan :

- 1) Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen TB Pada Maju .
- 2) Terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen TB Pada Maju.
- 3) Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan

bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen TB Pada Maju.

Saran

Melalui hasil penelitian ini, disarankan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan, disebabkan pentingnya kedua variable ini dalam kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan juga dapat meneliti variable-variabel penting lainnya yang berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama pada industry ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiansyah (2011) Kualitas Pelayanan PubliK , *Bina Media*.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2013) (2013). *Manajemen Pemasaran*’, *Erlangga*. 1(13).
- Kotler (2005) *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. Bahasa Ind, *Edisi Millenium*, Jilid 1. Bahasa Ind. jakarta.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. (2017) Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS.’, *Bandung : CV Pustaka Setia*.
- Priyastama, Romie. (2017) Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data, *Yogyakarta : PT Anak Hebat Indonesia*.
- Siregar, Sofyan. (2016) Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS, *PT Raja Grafindo Persada*.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta,
- www.alamatelpon.com (2019) www.alamatelpon.com’, *web*.
- www.ekonomi.bisnis.com (2021) www.ekonomi.bisnis.com’, *web*.