

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Beras Merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika di Kabupaten Tabanan

I PUTU AGUS ANDIKA UDAYANA*, DEWA AYU SRI YUDHARI,
NI WAYAN PUTU ARTINI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali
Email: *agusandika9987@gmail.com
sriyudhari@gmail.com

Abstract

The Relationship between Service Quality and Corporate Image on Red Rice Customer Satisfaction at Dharma Santhika Regional Company in Tabanan Regency

Dharma Santika Regional Companies are companies that in the majority empower regional potentials that are based on small-scale people's economic activities, develop superior and trusted regional companies in the agricultural business sector (in a broad sense), tourism, trade and other services are managed professionally based on strong commercial principles through strong and modern management or management. Public awareness of the fulfillment of balanced nutrition creates an opportunity for the rice market, especially brown rice because of its abundant nutritional content. This study aims to examine the relationship between service quality and corporate image on red rice customer satisfaction at the regional company Dharma Santika. The sample of this research was 35 respondents who were determined by random sampling method. The types of research data are qualitative and quantitative data. Data collection methods are observation, interviews with questionnaires. The data analysis used is multiple linear regression analysis. The results of the regression analysis in this study indicate that there is a real and significant relationship between service quality and corporate image variables on red rice customer satisfaction (H1 and H2 are accepted) which shows a positive correlation value. This means that the better the quality of service provided and the corporate image created, the more red rice customer satisfaction will be. For the company, it is necessary to maintain the image of a company that is already good, and even improve it by holding social activities such as holding charity for people in need. For Dharma Santika Regional Companies, it is necessary to improve the quality of resources in order to provide maximum service so as to give a good impression to customers in negotiating and transacting.

Keywords: *Service Quality, Corporate Image, Consumer Satisfaction*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Salah satu daerah di Bali yang dikenal sebagai daerah dengan hasil produksi padi tertinggi serta kualitas berasnya yang bagus adalah Kabupaten Tabanan. Perusda Dharma Santika salah satu perusahaan daerah yang telah di sahkan oleh pemerintah Kabupaten Tabanan yang Berdiri sejak 10 Mei 1971. Perusahaan Daerah (Perusda) Dharma Santika bergerak dalam pemberdayaan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil di bidang pertanian. Perusahaan Daerah Dharma Santika adalah perusahaan yang secara mayoritas memberdayakan potensi daerah yang berpaku pada kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil, mengembangkan perusahaan daerah yang unggul dan terpercaya di bidang usaha pertanian (dalam artian yang luas), pariwisata, perdagangan dan jasa lainnya dikelola secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat melalui manajemen atau kepengurusan yang tangguh dan modern.

Beras dipilih menjadi bahan pangan utama karena sumber daya alam serta lingkungan yang mendukung penyediaanya dalam jumlah yang cukup, mudah serta cepat dalam pengolahannya. Pada tahun 2013 rata-rata konsumsi beras nasional mencapai 97,35 kg/kapita (BPS 2013), menjadikannya konsumsi dengan angka tertinggi dibandingkn jenis pangan lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan jumlah beras perharinya lebih banyak daripada kebutuhan akan bahan pangan lainnya.

Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Daerah Dharma Santika di Kabupaten Tabanan yang dimulai dari bulan Mei sampai Juli 2022. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data kualitatif dan data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan yaitu observasi, wawancara dengan kuisisioner kuisisioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pedagang buah di Pasar Anyar Sari yang sebesar 63 orang pemilik UMKM. Penentuan jumlah sampel penelitian dipilih secara sengaja dari populasi sebanyak 35 responden dimana, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression*).

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah hubungan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika Kabupaten Tabanan ?
2. Bagaimanakah hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika Kabupaten Tabanan ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika Kabupaten Tabanan.

2. Untuk menganalisis hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika Kabupaten Tabanan.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Daerah Dharma Santika, Jl. Pahlawan No. 7, Delod Peken, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan terhitung mulai pengumpulan data hingga penyusunan hasil penelitian.

2.2 Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah gambaran umum Perusahaan Umum Daerah Dharma Santika dan kuisisioner yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Data kuantitatif yaitu penelitian kuantitatif menggunakan kuisisioner dan data yang berupa angka, tabulasi, perhitungan-perhitungan menggunakan sejumlah metode analisis matematik/statistik yang hasilnya menjadi dasar pijakan untuk mengambil keputusan atau kesimpulan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber sekunder dan primer. Data sekunder diartikan sebagai data penelitian yang diperoleh dengan cara mengumpulkan dokumen tertulis tentang informasi-informasi perusahaan daerah Dharma Santika serta jurnal penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian tersebut. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil kuisisioner, observasi dan wawancara pada informan yang dianggap representative dan mengetahui akan persoalan yang diteliti, dari hasil jawaban tersebut kemudian diolah menjadi data utama yang selanjutnya menghasilkan suatu kesimpulan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, kuisisioner, dan dokumentasi.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi di definisikan sebagai seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup & waktu yang telah kita ditentukan (Margono, 2004). Responden yang dilibatkan merupakan orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berikut merupakan rincian responden yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu seluruh masyarakat pemilik toko retail atau umkm yang bekerja sama dengan perusahaan dharma santika sebanyak 63 orang pemilik UMKM yang tersebar di Kabupaten Tabanan.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 orang pemilik UMKM yang dianggap cukup mewakili seluruh populasi.

2.4 Instrumen Penelitian dan Pengukuran

Instrument Instrumen penelitian adalah mengumpulkan data tentang hubungan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menguji hipotesis, diperlukan data yang benar, cermat, serta akurat karena keabsahan hasil pengujian hipotesis bergantung kepada kebenaran dan ketepatan data. Sedangkan kebenaran dan ketepatan data yang diperoleh bergantung pada alat pengumpul data yang digunakan (instrumen) sumber data. Dalam penelitian ini digunakan uji coba angket yang diharapkan sebagai alat ukur penelitian yang digunakan untuk mencapai kebenaran atau mendekati kebenaran. Sehingga dari angket inilah diharapkan data utama yang berhubungan dengan masalah dapat terpecahkan. Angket yang digunakan menggunakan Skala Likert.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Random sampling* dimana teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi tersebut (Sugiyono, 2001). Pengambilan sampel akan dilakukan secara acak dengan cara memberikan nomor pada masing-masing populasi dan diambil sejumlah 35 sampel untuk mewakili populasi.

2.5 Variabel penelitian dan Metode Analisis Data

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Sugiyono 2017). Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Adapun data penelitian ini didapat dari kuisisioner menggunakan skala *Likert* ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan (Supriyanto dan Machfudz 2010:197).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Pengunjung

Karakteristik responden merupakan penjelasan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki (74,3) dan berumur 31-35 tahun dengan persentase 31,4%, serta mayoritas sudah menempuh jenjang pendidikan akhir pada tingkat sarjana. Artinya pemilik toko retail atau UMKM yang bekerja sama dengan perusahaan Dharma Santika tersebut sudah memiliki pengetahuan yang tinggi dengan rentang usia yang sudah cukup matang untuk memiliki modal dalam mengelola sebuah usaha.

3.2 Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra

perusahaan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30 dengan signifikansi kurang dari 0,05. Maka butir-butir pernyataan dalam instrument penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian. Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70. Maka seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas atau kehandalan sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016:116). Pada penelitian ini, hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,082 lebih besar dari *level of significant*, yaitu 5 persen (0,05) sehingga data yang diuji menyebar normal atau berdistribusi normal.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik, menghasilkan nilai VIF < 10 dan bila menghasilkan nilai VIF > 10 berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius dalam model regresi (Lupiyoadi dan Iksan, 2015:142). Hasil uji ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* persamaan regresi linear berganda masing-masing variabel bernilai diatas 10% (0,10) dan nilai VIF dibawah 10, sehingga model regresi yang ada tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika variasi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali 2005). Hasil uji ini menunjukkan bahwa nilai sigifikansi dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,665, dan signifikansi variabel Citra Perusahaan sebesar 0,743. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap *absolute residual*. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua) (Sugiyono, 2015). Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menganalisis hubungan Kualitas Pelayanan (X_1), dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Tabel 1 berikut menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini.

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,796	2.442		-.0326	0,747
Kualitas Pelayanan (X1)	0,143	0,037	0,522	3.867	0,001
Citra Perusahaan (X2)	0,086	0,037	0,316	2.337	0,026

Sumber: Data diolah (Lampiran 9), 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -0,796 + 0,143 X_1 + 0,086 X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan di atas adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar -0,796 yaitu jika Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan tetap atau sama dengan nol, maka nilai kepuasan pelanggan adalah sebesar -0,796.
- 2) Koefisien regresi (b_1) pada Kualitas Pelayanan (X_1) bernilai 0,143 mempunyai hubungan positif pada kepuasan pelanggan. Artinya, bila nilai Kualitas Pelayanan (X_1) bertambah, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- 3) Koefisien regresi (b_2) pada citra perusahaan (X_2) bernilai 0,086 mempunyai hubungan positif pada kepuasan pelanggan. Artinya, bila nilai citra perusahaan (X_2) bertambah, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

3.4.1 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau sejauh mana kontribusi variabel independen berhubungan dengan variabel dependen (Bawono, 2006). Dari hasil uji diperoleh besarnya $R^2 = 0,441$ mempunyai arti bahwa sebesar 44,1% variasi kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Dharma Santika berhubungan dengan variasi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 55,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

3.4.2 Uji F

Hasil uji F (F test) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 12,624 dengan nilai signifikansi P value 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, ini berarti bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Dharma Santika. Dengan kata lain variabel kualitas pelayanan dan citra

perusahaan secara simultan memiliki hubungan yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

3.4.3 Uji T

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

(1) Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,143 dan nilai t hitung sebesar 3,867 yang lebih besar dari t tabel 2,030 serta nilai Signifikansi $0,001 < 0,050$ mengindikasikan bahwa terdapat Hubungan yang nyata dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan beras merah, sehingga H_1 diterima.

(2) Hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026 dengan nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,086 dan nilai t hitung sebesar 2,337 yang lebih besar dari t tabel 2,030. Nilai Signifikansi $0,026 < 0,050$ mengindikasikan bahwa Terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara variabel citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan beras merah, sehingga H_2 diterima.

3.5 Hasil Penelitian

1) Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan beras merah (H_1 diterima). Adapun hubungan antara variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai korelasi yang positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika tersebut.

2) Hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara variabel citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan beras merah (H_2 diterima). Adapun hubungan antara variabel citra perusahaan menunjukkan nilai korelasi yang positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik citra perusahaan Daerah Dharma Santika, maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika tersebut.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut kualitas pelayanan memiliki hubungan secara positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan beras merah. Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan yang semakin baik diberikan oleh Perusahaan Daerah Dharma Santika maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika tersebut. Citra Perusahaan memiliki hubungan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan beras merah. Hal ini berarti bahwa semakin baik Citra Perusahaan maka kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika tersebut akan semakin meningkat.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut bagi Perusahaan Daerah Dharma Santika perlu mempertahankan citra dari perusahaan yang sudah baik, bahkan meningkatkannya lagi dengan cara mengadakan kegiatan sosial seperti mengadakan charity bagi orang yang membutuhkan. Dari hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini kepuasan pelanggan beras merah pada Perusahaan Daerah Dharma Santika memiliki hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, sedangkan masih banyak faktor lain yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti harga produk, promosi, kepercayaan, *digital marketing* maupun variabel lainnya. Bagi Perusahaan Daerah Dharma Santika perlu meningkatkan kualitas sumber daya agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan dalam bernegosiasi maupun bertransaksi.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini yaitu Direktur Utama Perusahaan Dharma Santhika yang bersedia sebagai informan dalam penelitian ini, sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dan dipublikasikan dalam e-jurnal dan terimakasih kepada orangtua, keluarga, dosen pembimbing dan teman-teman yang telah membantu dan memberi dukungan selama proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Rambat, Lupiyoadi. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono, 2001. Metode Penelitian, Bandung: CV Alfa Beta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. Produksi Padi Menurut Provinsi di Seluruh Indonesia. www.bps.go.id
- Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta :Rineka Cipta

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supriyanto, Acmad Sani dan Masyhuri Machfudz. 2010. Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: UIN Maliki Press
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Bawono, Anton. 2006. Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga press