

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (STUDI PADA PT. INDAH PERMAI DEPO SINGARAJA)

N. M. Aryawati¹, K. E. S. Putra²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
e-mail: aryawati@undiksha.ac.id¹, endrawan.sumadi@undiksha.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh parsial dan simultan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Penelitian ini berjenis kuantitatif kausal. Subjek penelitian ialah pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja dan objek penelitian ialah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.

Kata kunci: citra perusahaan, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

Abstract

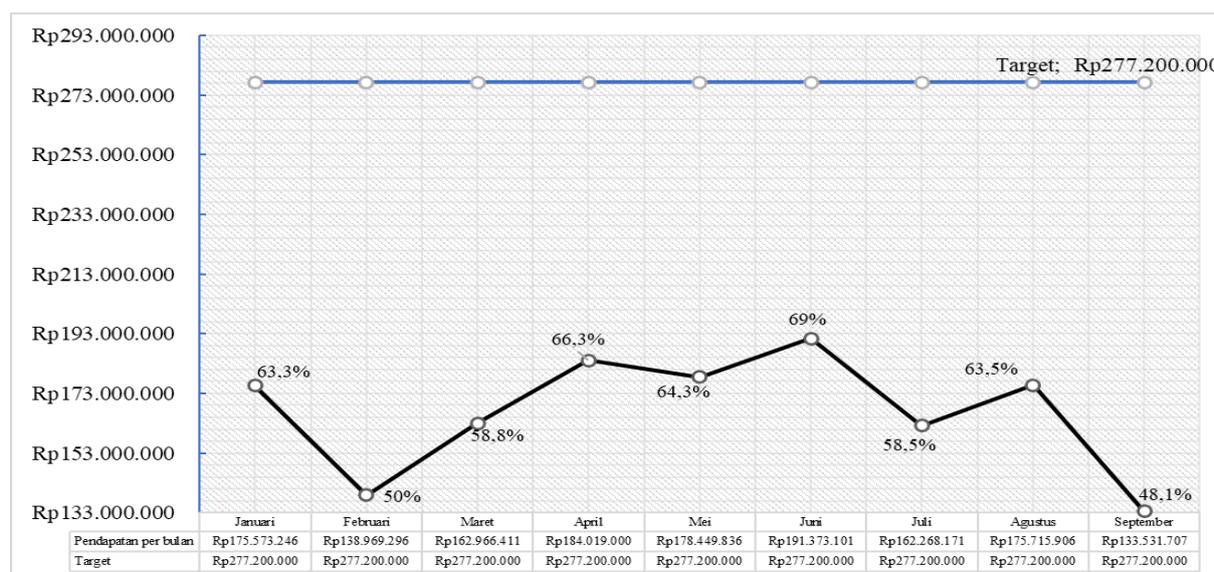
This study to examine the effects partial and simultaneously of service quality and corporate image on customer satisfaction of AQUA brand bottled water in PT. Indah Permai Depo Singaraja. This study is a casual quantitative research. The subject in this study were the customers of AQUA brand bottled water in PT. Indah Permai Depo Singaraja and the object in this study is service quality, corporate image, and customer satisfaction. Data in this study is collected by equestionnaire method and analyzed by multiple regression analysis. The result showed that service quality and corporate image have a significant effect by partial and simultaneously on customer satisfaction toward AQUA brand bottled water in PT. Indah Permai Depo Singaraja.

Keywords: corporate image, customer satisfaction, service quality

1. Pendahuluan

Suatu perusahaan distributor didirikan untuk membantu kegiatan ekonomi dalam menyalurkan produk dan jasa yang dibutuhkan bagi konsumen. Distributor memiliki peranan penting sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Perusahaan distributor menjual produk perdagangan ke pengecer (*retailer*) ataupun langsung kepada konsumen akhir. Dalam melakukan aktivitasnya, perusahaan distributor tidak hanya menjual produk ke pengecer atau konsumen akhir, tetapi juga harus mampu memberikan layanan dan membangun citra perusahaan yang baik dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen.

Peranan penting distributor terjadi dalam industri minuman dalam kemasan. Salah satu perusahaan dari industri minuman dalam kemasan adalah PT. Tirta Investama sebagai produsen air minum dalam kemasan (AMDK) merek AQUA dan memiliki banyak distributor di Indonesia dengan kepemilikan yang berbeda-beda. Distributor AQUA yang besar di Bali didirikan di kota Denpasar yang terletak di Jalan Dukuh sebagai cabang pusat dengan nama PT. Indah Permai. Pendistribusian lainnya dikelola oleh depo yang tersebar di beberapa wilayah, salah satunya PT. Indah Permai Depo Singaraja yang terletak di Jalan Surapati Nomor 86, Kelurahan Kampung Baru, Singaraja, Bali. PT. Indah Permai Depo Singaraja sebagai distributor resmi AMDK merek AQUA yang menjual AQUA mulai dari kemasan produk gelas 240 ml, botol plastik 330 ml, 600 ml dan 1500 ml, botol kaca 380 ml, dan galon 19 liter. Pelanggan AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja beragam dimulai pengecer yang melakukan pembelian produk untuk diperjualkan lagi dan konsumen akhir untuk keperluan pribadi. Adapun laporan pendapatan AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja sebagai berikut.



Gambar 1. Laporan Pendapatan di PT. Indah Permai Depo Singaraja Selama Periode Bulan Januari Sampai September Tahun 2021
(Sumber: PT. Indah Permai Depo Singaraja, Data Diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa pendapatan di PT. Indah Permai Depo Singaraja pada periode bulan Januari sampai September tahun 2021, mengalami fluktuasi atau perubahan naik turunnya tingkat pendapatan. Pada bulan Januari target pendapatan mencapai 63,3%, bulan Februari menurun menjadi 50%, kemudian terjadi peningkatan kembali pada bulan Maret menjadi 58,8%, kemudian dibulan April menghadapi kenaikan menjadi 66,3%, selanjutnya dibulan Mei menghadapi kemerosotan menjadi 64,3%, dibulan Juni terjadi kenaikan kembali menjadi 69%, namun harus turun kembali pada bulan Juli menjadi 58,5%, dan bulan Agustus terhitung mencapai target 63,5%, namun pada bulan September menurun menjadi 48,1%. Terjadinya fluktuasi tingkat pendapatan ini terjadi karena penjualan AQUA yang tidak stabil, dimana ketidakstabilan penjualan AQUA terjadi karena penurunan kepuasan pelanggan.

Mengacu pada perolehan pengamatan dan wawancara diawal penelitian, dapat diketahui terdapat keluhan dari beberapa pelanggan mengenai kualitas pelayanan seperti keterlambatan dalam pengiriman produk, ketidaksesuaian jumlah produk, kurang tanggap karyawan merespon pemesanan, serta anggapan kurang baik terkait citra perusahaan. Adanya permasalahan tersebut menjadikan peneliti tertarik dalam mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan yang dimiliki PT. Indah Permai Depo Singaraja didalam menciptakan kepuasan pelanggan, hal inipun disebabkan kepuasan pelanggan menjadi bagian penting bagi perusahaan agar dapat menstabilkan dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Perasaan puas maupun tidaknya akan timbul setelah pembeli memakai sebuah produk atau jasa. Terciptanya kepuasan pelanggan yang baik dapat berpengaruh baik pula terhadap pendapatan dan jumlah pelanggan. Zaka dan Sutopo (2017), mengungkapkan bahwasanya kepuasan terjadi disebabkan adanya persepsi harga, mutu pemberian layanan, dan promosi. Adapun Maramis dkk. (2018) kepuasan pelanggan dipengaruhi melalui kualitas produk, harga, dan mutu layanan yang ditawarkan. Zeithalm dan Bitner (dalam Mimi dan Natsir, 2018), mengungkapkan bahwasanya kepuasan adalah istilah yang jauh lebih besar daripada evaluasi kualitas layanan, karena hal tersebut dipengaruhi melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, keadaan situasional, dan kualitas pribadi pelanggan itu sendiri. Hendrison dan Husda (2020) mengatakan bahwa kualitas layanan, lokasi, dan citra perusahaan berdampak pada kepuasan pelanggan. Sehingga bisa ditarik simpulannya ada sejumlah variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen yakni harga, kualitas pelayanan, promosi, lokasi, citra perusahaan, kualitas produk, dan variabel lainnya.

Dalam kajian studi ini lebih berfokus dalam menggunakan variabel citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan, karena temuan dari Maramis dkk. (2018), variabel kualitas pelayanan memberi pengaruh yang dominan bagi kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel citra perusahaan memberi pengaruh dominan bagi kepuasan pelanggan pada penelitian Hendrison dan Husda (2020). Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan juga sesuai dengan permasalahan di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Hal inipun sejalan dengan temuan Tjiptono (2005) mengungkapkan bahwasanya kepuasan pelanggan dihasilkan dari tanggapan pembeli pada mutu pemberian layanan dan citra perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan tolak ukur kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan terkait baik atau tidaknya pelayanan perusahaan tergantung kesesuaian yang diperolehnya. Dilihat dari penelitian sebelumnya, hasil penelitian Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), menunjukkan bahwasanya terdapat dampak positif dan kuat kualitas layanan bagi kepuasan pelanggan. Temuan dari Ndruru dan Martua (2018), kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan bagi kepuasan pelanggan. Bagaimanapun hal tersebut bertentangan terhadap kajian studi Mahmud *et al.* (2013) menyimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan berdampak positif dan tidak signifikan bagi kepuasan pelanggan. Lalu temuan Arifitama (2016) dan Maimunah (2019), hubungan antar kualitas layanan dan kepuasan pelanggan ialah negatif dan tidak signifikan.

Selain segi kualitas pemberian layanan, citra perusahaan juga dapat menentukan kepuasan pelanggan. Adanya citra perusahaan yang positif bisa menjadikan dorongan kepuasan konsumen untuk tetap menaruh kepercayaannya mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan dalam perusahaan. Setiawan dan Sayuti (2017) membuktikan bahwasanya citra perusahaan berdampak yang positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Kemudian temuan Kurnia (2018), citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Wijanarko dan Krisnawati (2020), citra perusahaan berpengaruh yang positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Namun, penelitian ini bertentangan dengan kajian studi Pontoh dkk. (2014) dan Rizalfalal dkk. (2017), yang menemukan bahwasanya citra perusahaan memberi dampak negatif bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian fenomena, teori, dan hasil temuan sebelumnya, penting untuk dilaksanakan kajian studi kembali dengan pengambilan topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA (Studi pada PT. Indah Permai Depo Singaraja)". Tujuan pelaksanaan kajian studi ini yakni untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Adapun hipotesis yang dapat dirumuskan adalah H₁: ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, H₂: ada pengaruh positif dan signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, dan H₃: ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.

2. Metode

Penelitian ini digunakan dengan metode kuantitatif sebagai metode yang didasarkan atas pemikiran positivisme, berguna dalam menganalisis populasi dan sampel yang ditetapkan, mengumpulkan data melalui alat penelitian, dan analisis data kuantitatif/statistik melalui bertujuan menguji hipotesis yang terbentuk sebelumnya. Desain kajian studi ini ialah desain penelitian kausal. Tujuan utama dari desain penelitian kausal adalah untuk membangun hubungan sebab akibat atau hubungan antar variabel yang memberikan pengaruh dan variabel yang diberikan pengaruh (Sugiyono, 2014). Terdapat enam tahapan pada penelitian kuantitatif, yakni (1) merumuskan permasalahan, (2) mengkaji landasan teori, (3) rumusan hipotesis, (4) pengumpulan data, (5) menganalisis data, dan (6) menarik simpulan dan saran (Suwandi, 2012).

Penggunaan subjeknya yaitu pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Sedangkan yang menjadi objek pada kajian studi ini ialah seluruh variabel yang diujikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability*

sampling yakni *purposive sampling*. Banyaknya sampel pada kajian studi ini bergantung pada banyaknya parameter yang diestimasi (Ferdinand, 2006). Panduannya ialah 5 sampai 10 kali banyaknya parameter yang diestimasi. Pada kajian studi ini mempergunakan 28 indikator, dengan begitu banyaknya responden yang dapat ditentukan sebagai sampel minimal ialah $28 \times 5 = 140$ dan maksimalnya $28 \times 10 = 280$. Dalam kajian studi ini tidak mempergunakan sampel minimal (140), untuk meminimalisir pengolahan data yang tidak valid. Pengambilan sampel juga tidak dilakukan hingga batas maksimal (280), untuk mengefisienkan waktu biaya, dan tenaga. Selain itu, karena adanya *pandemi covid-19* menyebabkan pengambilan data yang dilakukan kurang maksimal, sehingga penelitian ini hanya menggunakan sampel sejumlah 150 informan.

Dalam proses kajian studi ini, mempergunakan metode pengumpulan data yaitu pencatatan dokumen dan kuesioner berstruktur/angket tertutup. Menentukan skor pilihan jawaban kuesioner atau angket perlu digunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014).

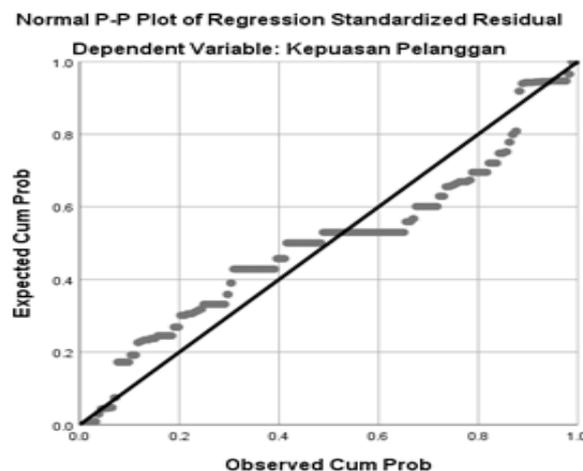
Untuk mengumpulkan data yang akurat, kuesioner dalam suatu penelitian harus memenuhi standar validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian validitas sampel kecil sejumlah 30 responden dan sampel besar sejumlah 150 responden dinyatakan valid sebab *p-value* (0,000) < *alpha* (0,05) dengan begitu bisa ditarik simpulannya yakni seluruh instrument variabel yang diujikan memenuhi kevalidan. Hasil uji reliabilitas sampel kecil sejumlah 30 responden dan sampel besar sejumlah 150 responden dikatakan reliabel sebab menunjukkan hasil *cronbach's alpha* > 0,60 dengan begitu bisa ditarik simpulannya yakni seluruh instrument variabel yang diujikan memenuhi kereliabelan.

Pada kajian studi ini, analisis regresi linier berganda dipergunakan dalam menganalisis data dan dibantu *Program Statistical Package for Social Science* (SPSS) 23.0. Digunakannya regresi linier berganda untuk menilai pengaruh variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y . Penggunaan regresi linier berganda juga digunakan karena data-data yang kompleks dan tidak bisa menggunakan linier sederhana, serta berdasarkan paradigma anggapan bahwa tidak ada keterkaitan atau korelasi antar variabel bebas.

3. Hasil dan Pembahasan

Data pada kajian studi ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 150 orang informan yang merupakan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja dengan transaksi pembelian lebih dari 1 (satu kali).

Ketika hendak mempergunakan analisis regresi linier berganda selaku teknik dalam penganalisis pengaruh variabel yang diujikan, maka harus terbebas dari asumsi-asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas (Ghozali, 2006). Pada kajian studi ini dapat dilihat bahwa hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa variabel terbebas dari asumsi-asumsi klasik, sehingga dapat dilanjutkan menggunakan analisis regresi linier berganda.



Gambar 2. Grafik Histogram P-plot
(Sumber: Output SPSS)

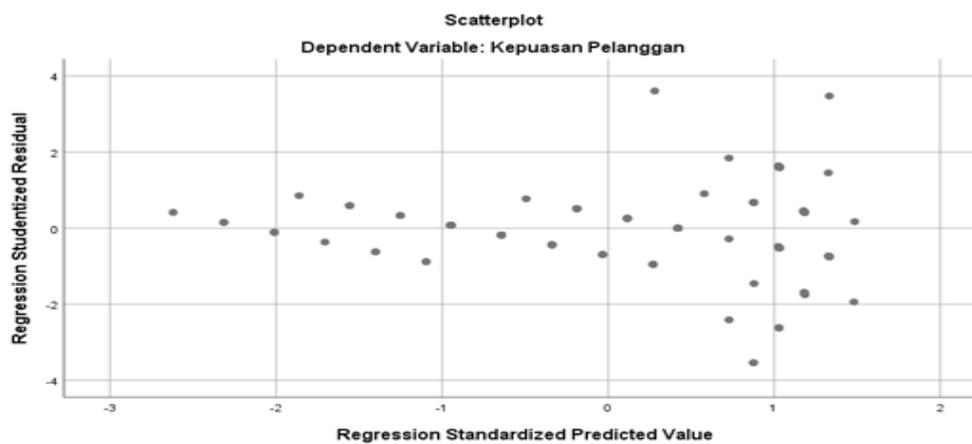
Mengacu pada Gambar 2. menunjukkan bahwasanya data terdistribusikan disekitaran garis diagonal dan searah dengan garis diagonal, ataupun histogramnya memperlihatkan pola terdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	0,928	1,861	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Citra Perusahaan	0,928	1,861	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(Sumber: Output SPSS)

Mengacu pada Tabel 1. bisa diperhatikan bahwasanya seluruh variabel bebas yang diujikan memiliki *tolerance* 0,928 > 0,10 dan hasil VIF 1,861 < 10 maka bisa ditarik simpulannya tidak adanya gejala multikolenieritas



Gambar 3. Scatterplot
(Sumber: Output SPSS)

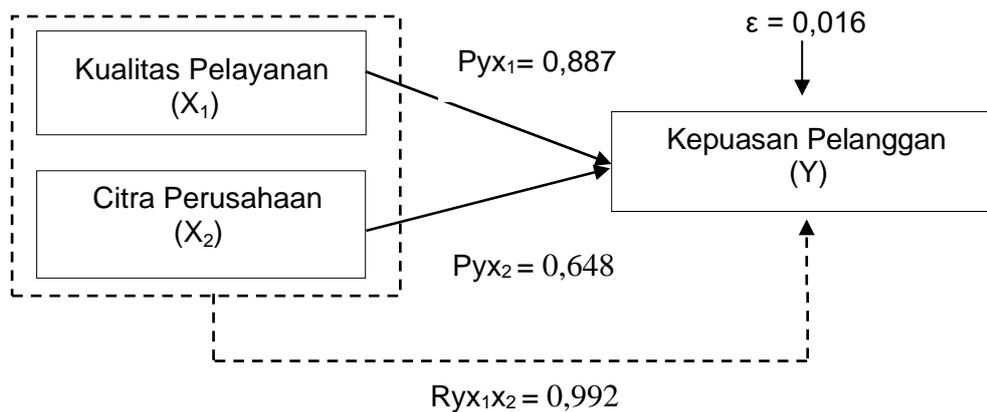
Berdasarkan Gambar 3. menunjukkan bahwa tidak terjadinya kejelasan pola serta titik-titik tersebar dibagian atas dan dibagian bawah angka 0 disumbu Y, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi pada kajian studi ini tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	P-value	Koefisien Korelasi (r)	r ²
Kualitas Pelayanan	0,555	0,000	0,887	0,787
Citra Perusahaan	0,549	0,000	0,648	0,420
Konstanta	1,141	0,000		
Sig.F	0,000			
R	0,992			
R ²	0,984			

(Sumber: Data diolah pada SPSS)

Struktur hubungan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan yaitu dapat dilihat pada Gambar 4.



Keterangan: —————▶ Pengaruh Parsial
- - - - -▶ Pengaruh Simultan

Gambar 4. Struktur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA (Studi pada PT. Indah Permai Depo Singaraja)

Mengacu pada output uji regresi berganda dalam Tabel 2. Membuktikan hasil nilai konstanta (α) sebanyak 1,141. Hasil koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebanyak 0,555 dan hasil koefisien regresi citra perusahaan (β_2) sebanyak 0,549. Mengacu pada tabel 4.5 sehingga persamaan regresi linier berganda bisa ditetapkan yakni:

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

$$Y = 1,141 + 0,555X_1 + 0,549X_2 + \epsilon$$

Persamaan regresi diatas bisa diuraikan dibawah ini: (1) Diketahui nilai konstanta sebanyak 1,141 memiliki arti bila variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki nilai konstan, sehingga variabel kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebanyak 1,141 satuan. (2) Kualitas pelayanan (X₁) mempunyai koefisien regresi (β_1) sebanyak 0,555. Nilai koefisien regresi yang positif membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan (X₁) mempunyai hubungan positif bagi kepuasan pelanggan (Y). Hasil inipun menggambarkan bahwasanya masing-masing peningkatan 1 satuan kualitas pelayanan (X₁), sehingga kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebanyak 0,555 melalui asumsi bahwasanya variabel bebas yang lain tidak mengalami perubahan. (3) Citra perusahaan (X₂) mempunyai koefisien regresi (β_2) sebesar 0,549. Nilai koefisien regresi yang positif membuktikan bahwasanya citra perusahaan (X₂) mempunyai hubungan positif bagi kepuasan pelanggan (Y). Hasil inipun menggambarkan bahwasanya tiap adanya peningkatan 1 satuan citra perusahaan (X₂), sehingga kepuasan pelanggan (Y) menghadapi kenaikan sebanyak 0,549 melalui asumsi bahwasanya variabel bebas yang lain tidak mengalami perubahan.

Hipotesis pertama yang ditetapkan pada kajian studi ini ialah ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan air minum didalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Mengacu dalam Tabel 2. bahwa hipotesis pertama diterima melalui perolehan pengujian hipotesis dengan uji t (parsial) menunjukkan nilai P_{yx₁} sebesar 0,887 bahwa koefisien korelasi tersebut bernilai positif dan tidak sama dengan nol. Nilai *p-value* sebesar 0,000 < α (0,05) bahwa menolak H₀ membuktikan bahwasanya adanya pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan air minum didalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Besar sumbangan pengaruh sebesar 78,7%. Artinya, jika kualitas pelayanan makin tinggi, sehingga kepuasan pelanggan juga bisa makin tinggi. Namun, apabila kualitas pelayanan makin rendah, sehingga kepuasan pelanggan akan makin merosot.

Hipotesis kedua yang diajukan pada kajian studi ini ialah adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Berdasarkan Tabel 2. bahwa hipotesis kedua

diterima melalui perolehan uji hipotesis dengan uji t (parsial) membuktikan nilai P_{yx_2} sebesar 0,648 bahwa koefisien korelasi tersebut bernilai positif dan tidak sama dengan nol. Nilai *p-value* sebanyak $0,000 < \alpha$ (0,05) bahwa menolak H_0 membuktikan bahwasanya adanya pengaruh signifikan dari citra perusahaan bagi kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Besar sumbangan pengaruh sebesar 42,0 %. Artinya, jika citra perusahaan makin meningkat, sehingga kepuasan pelanggan juga mengalami kenaikan. Namun, apabila makin rendahnya citra perusahaan sehingga kepuasan pelanggan ikut merosot.

Hipotesis ketiga yang ditetapkan dalam kajian studi ini ialah adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan bagi kepuasan pelanggan. Mengacu pada Tabel 2. bahwa hipotesis ketiga diterima melalui perolehan uji hipotesis melalui uji F (simultan) membuktikan perolehan $R_{yx_1x_2}$ sebanyak 0,992 bahwa koefisien tersebut tidak sama dengan nol. Nilai *p-value* sebanyak $0,000 < \alpha$ (0,05) membuktikan menolak H_0 . Besaran kontribusi pengaruh dengan bersamaan melalui kualitas pelayanan dan citra perusahaan bagi kepuasan pelanggan ialah 0,984. Hal inipun memperlihatkan bahwasanya sebanyak 98,4 % kepuasan pelanggan dipengaruhi melalui variable kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sedangkan terdapat 1,6% dipengaruhi melalui variabel lainnya.

Berdasarkan hasil kajian studi yang sudah dilaksanakan membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan memberi pengaruh yang positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian inipun membuktikan bahwasanya apabila baiknya kualitas layanan yang ditawarkan sehingga bisa menciptakan peningkatan kepuasan bagi pelanggannya. Hal ini diperkuat oleh Boone dan Kurtz (2010) yang mengungkapkan bahwasanya kualitas layanan bisa mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2009), klien yang mempersepsikan kualitas pelayanan yang tinggi akan mengalami kepuasan. Temuan empirik yang sejalan pada kajian studi ini ialah studi yang dilaksanakan Mahmud *et al.* (2013), Pontoh dkk. (2014), Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), Rizalfalal dkk. (2017), Setiawan dan Sayuti (2017), Ndruru dan Martua (2018), Kurnia (2018), serta Wijarnako dan Krisnawati (2020) yang mengungkapkan bahwasanya kualitas pelayanan memberi pengaruh yang positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil kajian studi yang sudah dilaksanakan membuktikan citra perusahaan memberi pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Hasil kajian studi ini pun memberi bukti bahwasanya apabila citra perusahaan mengalami kenaikan sehingga kepuasan pelanggan bisa mengalami kenaikan. Hal tersebut senada dengan yang dikemukakan Sudarso (2016), dimana citra perusahaan merupakan komponen yang signifikan dalam menilai kualitas layanan total dan kebahagiaan pelanggan. Selain itu, menurut Andreassen dan Lindestand (1997), citra perusahaan mempengaruhi kinerja persepsi kualitas, kebahagiaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Temuan empirik yang sejalan pada kajian studi ini ialah studi yang dilaksanakan Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), Mulyaningsih dan Suasana (2016), Setiawan dan Sayuti (2017), Ndururu dan Martua (2018), Kurnia (2018), serta Wijarnako dan Krisnawati (2020) mengungkapkan bahwasanya citra perusahaan memberi pengaruh positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan perolehan kajian studi yang telah dilaksanakan membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) mempunyai pengaruh signifikan bagi kepuasan pelanggan (Y). Hal ini juga diperkuat oleh Tjiptono (2005) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dihasilkan dari perasaan puas maupun tidak puas konsumen terkait citra perusahaan dan kualitas layanan. Oleh karena itu, sangat penting bagi bisnis dalam mempertahankan dan meng-*upgrade* mutu layanan dan citra perusahaan dengan begitu kepuasan konsumen bisa terus meningkat dan perusahaan dapat mengalami efek yang menguntungkan, termasuk peningkatan pendapatan. Temuan empirik yang sejalan pada kajian studi ini ialah studi yang dilaksanakan Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), Mulyaningsih dan Suasana (2016), Ndruru dan Martua (2018), Kurnia (2018), serta Wijarnako dan Krisnawati (2020) membuktikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberi pengaruh signifikan bagi kepuasan pelanggan.

Faktor yang mendorong terbentuknya kepuasan pelanggan terletak pada kualitas pelayanan yang lebih dominan dibandingkan citra perusahaan yang diberikan PT. Indah

Permai Depo Singaraja, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi beta. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai beta tertinggi dan disusul variabel citra perusahaan. Kedepannya sebaiknya perusahaan juga memperhatikan faktor kualitas pelayanan dan citra perusahaan, karena perbaikan di bidang-bidang tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Simpulan dan Saran

Mengacu pada hasil dan uraian bahasan yang sudah dilaksanakan sehingga bisa ditetapkan simpulannya yakni: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja, serta kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.

Beberapa masukan bagi peneliti yang tertarik membahas aspek kepuasan pelanggan harap bisa memperluas hasil kajian studi ini. Penggunaan sampel yang semakin banyak dan beragam. Pemilihan objek dan penggunaan variabel yang berbeda yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Adapun saran-saran yang diberikan kepada PT. Indah Permai Depo Singaraja untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berhubungan terhadap dimensi *empathy* (empati), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), dan *tangibles* (bukti fisik). Adapun upaya yang dapat dilakukan yaitu memaksimalkan kualitas pelayanan dari segi kelengkapan operasional dengan menambah transportasi pengiriman yang layak dan memberi layanan yang tanggap dan cepat.

Disamping itu, PT. Indah Permai Depo Singaraja disarankan meningkatkan citra perusahaan melalui dimensi *corporate identity* (identitas perusahaan), *value* (nilai), *reputation* (reputasi) dan *personality* (kepribadian). Upaya yang dapat dilakukan yaitu membangun kepercayaan pelanggan melalui tanggung jawab sosial seperti melakukan CSR (*corporate social responsibility*).

Dalam rangka menciptakan kenaikan kepuasan pelanggan, sehingga wajib bisa memaksimalkan kualitas dalam pemberian layanan dan citra perusahaan melalui pemantauan dan pengevaluasian dengan kontinu dan berkesinambungan, dan dapat sebagai bentuk masukan maupun pertimbangan bagi PT. Indah Permai Depo Singaraja untuk membuat strategi khususnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Andreassen, W. 1997. "Customer Loyalty and Complex Service: The Impact Of Corporate Image: on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty For Customers With Varying Degress Of Service Expertise". *Journal Of Service Industry*, Volume 8, Nomor 4.
- Arifitama. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Mang Engking di Surakarta". *Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Volume 9, Nomor 1.
- Boone, L. E. Dan D. L. Kurtz. 2010. Pengantar Bisnis Kontemporer. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendrison dan Husda. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Asuransi Reliance Indonesia". *Jurnal Magisma*, Volume 8, Nomor 1, (hlm 34-42).

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Jilid 2. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurnia, Dadang. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk". *Sentifict Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management, dan Business*. Volume 1, Nomor 1, (hlm 21-30).
- Mahmud et all. 2013. "The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry". *Word Applied Sciences Journal*. Volume 23, Nomer 3, (hlm 354-359).
- Maimunah, Siti. 2019. "Pengaruh Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen". *IqtishadEquity Jurnal Manajemen*. Volume 1, Nomor 2, (hlm 57-68).
- Maramis, Freekley, Steyfli dkk. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Air Manado". *Jurnal EMBA Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol 6, Nomor 3. ISSN 2303-1174.
- Ndruru, Tuberta dan Martua Sitorus. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dan Citra Koperasi terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha Mitra Karya Lubuk Pakam". *Journal of Management Science (JMAS)*. Volume 1, Nomor 4, (hlm 111-114).
- Pontoh, dkk. 2014. "Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado." *Jurnal EMBA*, Volume 2, Nomor 3, (hlm 285-297).
- PT. Indah Permai Depo Singaraja, 2021.
- Rajagukguk, Resti Julia, dan Kasmiruddin. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasa Pelanggan Industri Jasa Bengkel (kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru)". *JOM FISIP*, Volume 2, Nomor 2, (hlm 1-13).
- Rizalfalal, Muhammad, dkk. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Bank BRI Kcp Unit Lawang". *E-Jurnal Riset Manajemen*, Volume 9, Nomor 9, (hlm 1-15).
- SA, Mimi dan Khairina Natsir. 2018. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Apartemen Mediterania Garden Residence di Jakarta Barat". *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, (hlm 164-173).
- Setiawan, Heri dan A. Jalaluddin Sayuti. 2017. "Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assement of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia". *Journal of Business and Management*. Volume 19, Nomor 5, (hlm 31-40).
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono, Prof, Dr. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof, Dr. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, Sarwiji. 2012. *Penelitian Tindakan (PTK) dan Penulisan Karya Ilmiah*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wijanarko, Alvian, dan Devi Krisnawati. 2020. "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Anggota Kospin Jasa". *Jurnal Ekonomi dan Industri*, Volume 21, Nomor 2, (hlm 30-41).

Zaka, Amar Rizki dan Sutopo. 2017. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada LBB Antologi Semarang". *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 6, Nomor 3 (hlm 1-13).