

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Jaya Cabang Salawu Tasikmalaya

Ihsan Mukti Cahyana, Dede R Oktini

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

Ihsanmukticahyana22@gmail.com, dede.r.oktini@unisba.ac.id

Abstract—This study aims to determine the implementation of corporate image by KSP Pelita Jaya Salawu Branch, to find out the responses of respondents regarding the company's image in Pelita Jaya KSP, to find out the responses of respondents about customer loyalty in KSP Pelita Jaya and to find out how much influence the image of the company on customer loyalty. The research method used was a survey method with a sampling technique using purposive sampling, then obtained a sample of 80 people from the existing population. The population in this study is Pelita Jaya KSP customers. The type of research used is description verification. The method of data analysis in this study uses simple linear regression analysis with the aim to determine the direction of the relationship between the independent variable (X) and the dependent variable (Y). The implementation of the company's image in the Salawu Branch Pelita Jaya KSP can already be said to be good. Respondents' responses regarding the company's image in KSP Pelita Jaya are in a good category. Respondents' responses regarding customer loyalty in Pelita Jaya's KSP are in a good category. The data is normally distributed and does not experience heteroscedasticity. The results of this study indicate that there is a partial effect between corporate image variables on customer loyalty.

Keywords—Corporate Image, Customer Loyalty.

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan citra perusahaan yang dilakukan KSP Pelita Jaya Cabang Salawu, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai citra perusahaan di KSP Pelita Jaya, untuk mengetahui tanggapan responden tentang loyalitas nasabah di KSP Pelita Jaya serta untuk mencari seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survey dengan teknik penarikan sampel menggunakan Sampling purposive, kemudian didapat sampel sebanyak 80 orang dari populasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSP Pelita Jaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan tujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen (X) dan variable dependen (Y). Pelaksanaan citra perusahaan di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu sudah bisa dikatakan baik. Tanggapan responden mengenai citra perusahaan di KSP Pelita Jaya berada pada kategori baik. Tanggapan responden mengenai loyalitas nasabah di KSP Pelita Jaya berada pada kategori baik. Data terdistribusi normal dan tidak mengalami heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci—Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah

I. PENDAHULUAN

Persaingan global yang terjadi sekarang ini, berdampak pada semua sektor perekonomian nasional yang harus mengemban misi negara yang sangat berat. Dengan kata lain, semua sektor perekonomian negara harus bisa mempunyai daya saing yang kuat guna meningkatkan perekonomian nasional. Salah satu sektor yang terkena dampaknya adalah sektor Perkoperasian. Koperasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan perekonomian nasional untuk bisa menunjang semua aspek kehidupan dan ekonomi. Salah satu koperasi yang terkena dampaknya adalah KSP Pelita Jaya Cabang Salawu Tasikmalaya.

Melihat persaingan global yang semakin tinggi dari tahun ketahunya, maka KSP Pelita Jaya Cabang salawu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dituntut untuk memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi. Salah satu hal yang perlu dibangun untuk menciptakan nilai tambah dan daya saing adalah citra perusahaan yang baik. Dimana dengan citra perusahaan, perusahaan akan bisa bersaing, maju, dan berkembang lebih unggul sehingga akan menghasilkan loyalitas nasabah yang lebih besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan citra perusahaan dengan loyalitas nasabah?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui pelaksanaan citra perusahaan di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai citra perusahaan di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai loyalitas nasabah di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu.

II. LANDASAN TEORI

A. Citra Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2012:274) menyatakan bahwa, “citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.” Sedangkan menurut Ardianto (2011:62) citra perusahaan merupakan perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga yang menimbulkan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek , orang, atau organisasi. Menurut Kusumawati (2018:29) terdapat dimensi utama dalam memberntuk citra perusahaan adalah:

1. Personality

Personality adalah keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya dan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar.

2. Reputasi

Reputasi adalah suatu hal yang bisa dirasakan lewat pengalaman tersendiri yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan suatu bank.

3. Value

Value adalah nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan, dalam hal ini adalah berupa sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, serta karyawan cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. Corporate Identity

Corporate Identity adalah simbol-simbol atau semua komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

B. Loyalitas

Menurut Budi (2013: 57) loyalitas merupakan suatu perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non acak yang direalisasikan dari waktu ke waktu oleh unit pengambilan keputusan yang sama. Selanjutnya menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen yang dipegang untuk membeli atau berlangganan terhadap produk atau jasa dimasa depan, meskipun pengaruh situasinya dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. Sedangkan menurut Griffin (2013) loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap suatu barang atau jasa tertentu.

Menurut Griffin (2010) mengungkapkan beberapa indikator pelanggan dinyatakan loyal, adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli diluar lini produk/jasa
3. Merekomendasikan produk, dan
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk

sejenis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah KSP Pelita Jaya Cabang Salawu

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi pearson.

• Uji Korelasi

Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

TABEL 1 HASIL UJI KORELASI

Correlations		Citra Perusahaan	Loyalitas Nasabah
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	1	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	80	80
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	80	80

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat nilai r = 0,733. Hal ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

• Uji Determinasi

Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

TABEL 2 HASIL UJI DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.531	1.42898
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah				

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat nilai R Square = 0,537 atau 53,7%. Hal ini berarti loyalitas dipengaruhi oleh citra perusahaan sebesar 53,7%. Sedangkan sisanya 46,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

• Uji Regresi Linear Sederhana

Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

TABEL 3 HASIL UJI REGRESI SEDERHANA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.715	1.141		3.257	.002
	Citra Perusahaan	.291	.031	.733	9.506	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data diatas diketahui nilai konstanta dan koefisien regresi. Oleh karenanya dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,715 + 0,291X$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Konstanta $\alpha = 3,715$ “berarti jika nilai citra perusahaan = 0, maka nilai loyalitas nasabah sebesar 3,715”, dan
2. Nilai koefisien regresi X sebesar 0,291 “jika setiap penambahan 1 nilai citra perusahaan maka berarti nilai loyalitas nasabah bertambah sebesar 0,291.

Dari output tabel 4.26 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai t = 9,506 dengan nilai signifikan adalah 0,000 < 0,05 maka hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan/positif antara variabel citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Pelita Jaya Cabang Salawu Tasikmalaya.

• *Uji Normalitas*

Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41990550
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.085
	Positive	.053
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov didapat hasil sebesar 0,200. Dimana hasil tersebut lebih besar dari nilai/ taraf signifikansi 0,05 atau (0,200 > 0,05). Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi Normal.

• *Uji Heteroskedastisitas*

Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

TABEL 5 HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.536	.651		2.358	.021
	Citra Perusahaan	-.010	.018	-.066	-.588	.558

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas tersebut, didapat hasil signifikansi adalah sebesar 0,558. Dimana hal ini berarti bahwa hasil signifikansi dari variabel citra perusahaan lebih besar dari standar signifikan yaitu 0,05 atau 0,558 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak mengalami heteroskedastisitas..

• *Uji Parsial t*

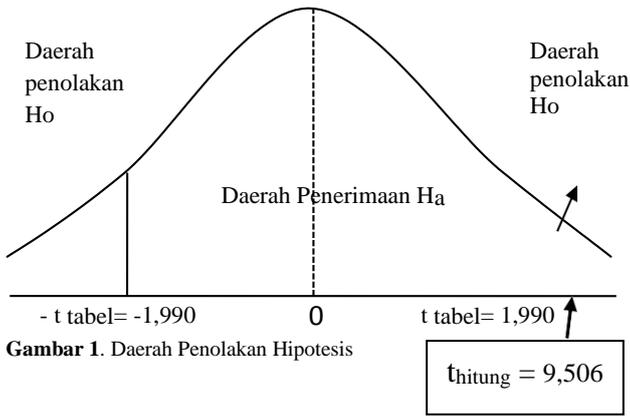
Berikut adalah hasil pengukuran besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah terdapat pada tabel dibawah ini :

TABEL 6 HASIL UJI T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.715	1.141		3.257	.002
	Citra Perusahaan	.291	.031	.733	9.506	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat bahwa thitung = 9,506. Sedangkan ttabel = 1,990. Hal ini berarti bahwa thitung > ttabel atau 9,506 > 1,990. Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka terdapat perngaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah KSP Pelita Jaya Cabang Salawu.



Gambar 1. Daerah Penolakan Hipotesis

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Citra perusahaan di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu di dengan indikator Kepercayaan, Tanggung Jawab Sosial, Pengalaman, Pengetahuan, Keamanan, sikap, daya tanggap slogan, warna, dan logo dilakukan dengan tepat dan menarik akan tetapi masih belum optimal. Oleh karena, dari semua indikator tersebut ada tiga indikator yang masih perlu diperbaiki, indikator tersebut adalah Tanggung Jawab sosial, sikap dan daya tanggap.
2. Tanggapan responden mengenai Citra perusahaan di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu di dengan indikator Kepercayaan, Tanggung Jawab Sosial, Pengalaman, Pengetahuan, Keamanan, sikap, daya tanggap slogan, warna, dan logo masuk dalam kategori "Baik".
3. Tanggapan responden mengenai Loyalitas Nasabah di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu di dengan indikator melakukan pembelian ulang secara teratur, melakukan pembelian ulang secara teratur, melakukan pembelian lini produk yang lainnya, dan mereferensikan pada orang lain masuk dalam kategori "Cukup".
4. Terdapat pengaruh yang signifikan/positif antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di KSP Pelita Jaya Cabang Salawu dengan tingkat pengaruh yang kuat dan arah hubungan yang positif.
 - Saran

Dari permasalahan yang telah dijelaskan tersebut, maka dengan ini peneliti memberikan beberapa saran demi menambah value added dan daya saing pada indikator tersebut. Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. KSP Pelita Jaya dalam aspek Personality masuk dalam kategori baik. Akan tetapi ada satu hal yang masih perlu diperbaiki untuk menciptakan value terhadap KSP Pelita Jaya. Dalam hal ini adalah pada indikator tanggung jawab sosial yang masih

- kurang. Oleh karenanya dalam hal ini peneliti menyarankan agar mengadakan suatu program sosial yang proaktif dengan tidak memandang hari raya besar baik islam/nasional, memberikan bantuan sarana dan prasarana kepada lingkungan sekitar, santunan anak yatim, Dan memberikan beberapa tunjangan kepada pengurus koperasi.
2. KSP Pelita Jaya dalam aspek Value masuk dalam kategori baik. Akan tetapi, ada dua hal yang masih kurang dari proses penciptaan Value di KSP Pelita Jaya. Dengan kata lain responden masih kurang mananggapi dengan baik pelaksanaan Value tersebut. Dalam hal ini adalah terletak pada sikap dan daya tanggap pengurus KSP Pelita Jaya itu sendiri yang masih kurang. Dengan demikian dalam hal ini, maka pentingnya peran dari pimpinan cabang untuk bisa menjadi pengarah, pengendali, pengontrol, dan pemotivasi pengurus yang ada. Oleh karenanya, pemimpin perlu memberikan tambahan kompetensi yang lebih efektif kepada pengurus yang ada. Disamping itu, pemimpin juga bisa memberikan reward kepada setiap pengurus yang ada, terlebih pengurus yang memiliki potensi baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi: 12.* Jakarta: Erlangga
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [3] Kusumawati, H.D. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang) (Doktoral Disertation. IAIN SALATIGA)*
- [4] Budi, Agung Permana. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan.* Yogyakarta: Andi
- [5] Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya.* Jakarta: Erlangga
- [6] Moorhead, Gregory dan Ricky W. Griffin. 2013. *Perilaku Organisasi.* Jakarta: Salemba Empat