

Pengaruh Product Quality Dan Service Quality terhadap Brand Image PT Elnusa Petrofin (Defot LPG Amurang)

Dominika Rouweyna Ruus
Joula Jety Rogahang
Danny D.S. Mukuan

Program Studi Ilmu Adminisatrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
E-mail : rouweynaruus@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction is a person's feeling of happiness or disappointment that arises from comparing the product's perceived performance or results against their expectations. The aim of this research is to analyze the influence of product quality and service quality on brand image of PT Elnusa Petrofin. The population of this research is the customers of PT Elnusa Petrofin. Using nonprobability sampling techniques, the sample of this research consists of 50 respondents. To analyze the impact of both product quality and service quality on brand image, this research uses multiple linear regression. The results of this study show that product quality and service quality have positive impact on brand image.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image

ABSTRAK

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap citra merek dari PT Elnus Petrofin. Populasi penelitian ini adalah pelanggan dari PT Elnus Petrofin. Dengan menggunakan teknik sampling non-probabilitas, sampel dari penelitian ini terdiri dari 50 responden. Untuk menganalisis pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan, penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek

PENDAHULUAN

Selera dan keinginan konsumen terhadap suatu barang itu berubah-ubah. Memenuhi keinginan ini, perusahaan harus berusaha mewujudkan barang sesuai permintaan dan memiliki mutu kualitas tinggi. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Selain itu, tidak mudahnya konsumen beralih ke produk pengganti membuat perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produknya demi memenuhi permintaan-permintaan pasar. Sebab konsumen memiliki peran besar dalam memberi penilaian terhadap kualitas produk yang akan mereka konsumsi. Nilai terhadap perusahaan itu sendiri muncul melalui persepsi masyarakat tersebut merupakan dampak munculnya suatu citra terhadap perusahaan itu sendiri.

Selain kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima secara nyata. Menumbuhkan pelayanan yang baik bagi konsumen, dan menarik konsumen agar mampu bersaing serta menguasai pangsa pasar, akan berpengaruh juga terhadap citra (image) perusahaan di mata konsumen. Prioritas utama sebuah perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik akan memiliki dampak terhadap citra (image) perusahaan di mata konsumen. Citra perusahaan mempunyai pengaruh besar dalam memengaruhi pengambilan

keputusan konsumen. Terbentuknya citra yang baik bagi konsumen mempunyai kesan positif terhadap perusahaan.

PT Elnusa Petrofin (“EPN”) merupakan anak perusahaan dari PT Elnusa Tbk., yang didirikan di Jakarta pada tanggal 5 Juli 1996. PT Elnusa Petrofin bergerak di bidang jasa logistik dan distribusi BBM. Perusahaan ini merupakan salah satu penyambung Pertamina untuk menyalurkan BBM PSO (Public Service Obligation) dan BBM Satu Harga ke seluruh Indonesia. EPN didirikan di Jakarta pada tanggal 5 Juli tahun 1996. Depot LPG Amurang yang kini dikelola PT Elnusa Petrofin, salah satu anak usaha PT Elnusa Tbk, perusahaan afiliasi PT Pertamina (Persero), memenuhi kebutuhan LPG subsidi maupun nonsubsidi untuk seluruh wilayah Sulawesi Utara dan sebagian Gorontalo yang disalurkan dan dibawa oleh skid tank menuju tujuh stasiun pengisian bulk elpiji (SPBE). Mengingat terdapat permasalahan terkait pelayanan dan kualitas produk gPenelitian ini as LPG dari Masyarakat, penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Product Quality dan Service Quality sebagai salah satu faktor meningkatkan Citra Perusahaan dalam hal ini menyangkut citra perusahaan di Pt Elnusa Petrofin (Depot Lpg Amurang).

TINJAUAN PUSTAKA

Product Quality

Kotler dan Armstrong (2017) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Pelanggan sangat senang dengan manfaat kualitas produk bila penilaian mereka memberikan bahwa produk yang dipergunakan berkualitas tinggi. Produk berkualitas tinggi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan menerima suatu produk dan menjadi loyal ketika keinginannya terpenuhi sesuai dengan harapan sehingga memberikan dampak munculnya suatu citra terhadap perusahaan itu sendiri.

Service Quality

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun Kotler dan Armstrong (2017). Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan tersebut. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (perceived services) dan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service), (Kotler dan Armstrong, 2016).

Brand Image

Citra adalah sebuah gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi dan sebagainya (Oliver dalam Yunatan, 2016). Citra perusahaan merupakan citra dari sebuah organisasi secara keseluruhan bukan sekedar citra atas produk atau pelayanan perusahaan dikutip dari Jefkins dalam Tjandra (2016), dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa citra adalah sebuah gambaran, kesan, keyakinan dan pandangan seseorang terhadap suatu jasa atau produk yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan secara keseluruhan dari elemen-elemen perusahaan tidak hanya dari produk atau pelayanannya saja (Abiyoso, Kumadji dan Kusumawati, 2017).

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Lokasi Penelitian ini diadakan di PT Elnusa petrofin (Depot LPG Amurang) beradadi Desa Sapa Barat Kecamatan Tenga Kabupaten Minahasa Selatan (Minsel). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen PT Elunsa Petrofin (Depot LPG Amurang). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dari 50 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 responden atau 63.3%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 11 responden atau 36.7%. Sedangkan, jika dilihat berdasarkan usia, dari 50 responden, umlah responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 9 responden atau 30.0%, 26-30 Tahun sebanyak 9 responden atau 30.0%, usia 31-40 Tahun sebanyak 9 responden atau 30.0%, usia >40 Tahun sebanyak 3 responden atau 10.0%, Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Konumen berusia 18-40 tahun.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 1 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823	.567	.499	4.178

Berdasarkan tabel di atas, nilai R yang diperoleh sebesar 0,823 menunjukkan bahwa hubungan product quality (X1), dan service quality (X2) terhadap brand image (Y) tergolong kuat. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,567 memiliki arti bahwa pengaruh product quality (X1), dan service quality (X2) terhadap brand image (Y) adalah sebesar $0,567 = 56,7\%$ dan sisanya 43,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain X1,X2 dan Y yang tidak masuk dalam model.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	4.731	5.755		6.035	.000
Personal Selling	.435	.081	.465	4.281	.000
Servicescape	.410	.070	.440	3.835	.001

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Persamaan regresi linear berganda sesuai dengan hasil pada tabel di atas:

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

$$Y = 4.731 + 0,435X_1 + 0,410X_2$$

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel pada diatas diperoleh:

- Pengujian pengaruh X1 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Dilihat dari koefisien regresinya sebesar 0,435 memiliki arti X1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh yang dihasilkan tersebut signifikan.
- Pengujian pengaruh X2 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Dilihat dari koefisien regresinya sebesar 0,410 memiliki arti X2 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh yang dihasilkan tersebut signifikan.

Pembahasan

Hasill uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Nilai koefisien yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas produk dengan citra merek. Jika kualitas produk ditingkatkan maka Citra Perusahaan akan meningkat. Hal yang sama terlihat pada variable kualitas layanan. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas layanan dengan citra merek. Jika kualitas layanan ditingkatkan maka Citra Perusahaan akan meningkat.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Nilai koefisien yang positif berarti jika kualitas produk meningkat maka citra perusahaan akan meningkat juga.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan PT Elnusa Petrofin. Nilai koefisien yang positif berarti jika kualitas layanan meningkat, maka citra perusahaan akan meningkat

DAFTAR PUSTAKA

- Armayati, N. dan D. Pramana. 2021. Public Relation, Medan Sunggal: CV Merdeka Kreasi Group Penerbitan Nasional.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM Jurnal Manajemen*), 7(1).
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31-38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>. Di akses pada tanggal 27 Desember 2023
- Kotler, K. and Armstrong, G. (2017). Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan. Jilid 2, Jakarta : Penerbitan Erlangga
- Putu, V. dan N. Nyoman. 2023. Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang, Jawa Tengah: Media Pustaka Indo.
- Sarifudin, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Perusahaan dan Kepuasan Serta Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen Mobil Toyota Avanza di Kota Palu” *Jurnal Katalogis*. 5 (7), 191-216