

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Haluan Dinamika Utama di Kramatwatu Serang

Sri Mulyati^{1*}, Ela Susila², Suheri³, Alvan Aliadi⁴, Imelda Hartanti⁵, Tia Lestari⁶

^{1,2,3,4,5,6} Progam Studi Manajemen,

^{1,2,3,4,5,6} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Serang, Banten, Indonesia

*Corresponding Author, alvanaliadi@gmail.com⁴

Article History

Received: 28-10-2025

Revised: 03-11-2025

Published: 30-11-2025

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Haluan Dinamika Utama di Kramatwatu Serang. Metode penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif . Sampel dalam penelitian ini berjumlah 74 pelanggan. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu H1 : Ho ditolak dan Ha diterima karena nilai t-hitung sebesar 11.559 yang melebihi t-tabel 2.380 yang artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian H2: Ho ditolak dan Ha diterima karena nilai t-hitung sebesar $14.322 > 2.380$ yang artinya Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan serta hasil pengujian statistik dihasilkan f hitung sebesar 146.752 yang lebih besar dari f-tabel 4.92. Dengan demikian f hitung $>$ f tabel yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga mempengaruhi reputasi dan keberlanjutan bisnis.

PT. Haluan Dinamika Utama merupakan salah satu perusahaan jasa perbaikan kendaraan bermotor yang berlokasi di Kramatwatu, Serang beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif di mana teknologi dan inovasi menjadi faktor utama dalam menarik pelanggan.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh PT. Haluan Dinamika Utama yaitu dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggannya. Pelayanan tersebut dapat

berupa senyuman, sopan santun serta kenyamanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggannya. Jika pelayanan yang diberikan karyawan itu baik maka akan adanya ketertarikan pelanggan untuk menggunakan suatu jasa dari kendaraan bermotor tersebut. Berikut merupakan pra-survey para pelanggan PT. Haluan Dinamika Utama periode bulan Juni 2025:

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terdapat 60% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan kurang baik. Mereka menilai waktu tunggu yang terlalu lama, minimnya informasi yang diberikan oleh staf, serta kurang tanggapnya penanganan terkait keluhan pelanggan. Di sisi lain, terdapat 60% mengatakan bahwa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Mereka menilai waktu penggerjaan yang lama, harga yang tidak sesuai dengan kualitas layanan serta minimnya informasi terkait hasil servis kendaraan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Haluan Dinamika Utama dan citra perusahaan berpengaruh terhadap pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk peneliti pada populasi atau sampel tertentu. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menentukan hubungan antar variabel dengan sebuah populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis, data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Menurut Tarjo (2019) sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel dalam penelitian ini diambil terhadap rata-rata jumlah pelanggan yang servis pada PT. Haluan Dinamika Utama, berjumlah 74 pelanggan. Pengambilan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel. Maka penulis menggunakan rumus slovin, yaitu: Keterangan:

$$n = \text{Jumlah sample}$$

$$N = \text{Jumlah populasi}$$

$$e^2 = \text{Tingkat kesalahan (10\%)}$$

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2021) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pemberian kuesioner ditujukan kepada seluruh pelanggan

pada PT. Haluan Dinamika Utama Penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang ada.

2. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2019) dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang telah berlaku, baik berbentuk tulisan, gambar atau foto dari sebuah intansi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Haluan Dinamika Utama merupakan salah satu perusahaan jasa perbaikan kendaraan bermotor yang berlokasi di Jl. Akses Perumahan Bukit Kawi Permai, Kramatwatu, Kec. Kramatwatu, Kabupaten Serang, Banten yang telah berdiri sejak tahun 2012 hingga saat ini.

Hasil Analisis

Hasil analisis ini menyajikan hasil analisis data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Proses analisis mencakup analisis deskripsi data responden, serta hasil tanggapan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
Laki -laki	55	70,3%
Perempuan	22	29,7%
Total	74	100%

2. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	presentanse
19-25	21	33%
26-30	33	43%
31-35	11	14%
36-40	9	10%

Total	74	100%
-------	----	------

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh jenis kelamin laki-laki (70,3%), sedangkan berdasarkan karakteristik usia di dominasi berkisar usia antara 26 hingga 30 tahun (43%). Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan pada setiap item pernyataan kuisioner yang dibagikan. Kesimpulan pada pengujian validitas ini didasarkan pada nilai r-hitung dan r-tabel dengan tingkat signifikansi 10%. Item pernyataan kuisioner dikatakan valid apabila nilai r-hitung > r-tabel. Dengan rumus $r_{tabel} = N-2$, nilai N didapatkan dari nilai jumlah sampel 74. Maka nilai r tabel yaitu 0,1927.

1) Hasil Uji Validitas

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Validasi Kualitas Pelayanan (X1)

Item pernyataan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0,768	0,1927	Valid
X1.2	0,729	0,1927	Valid
X1.3	0,896	0,1927	Valid
X1.4	0,756	0,1927	Valid
X1.5	0,337	0,1927	Valid

Tabel 4. Tabel Hazsil Uji Validasi Citra Perusahaan (X2)

Item pernyataan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X2.1	0.809	0,1927	Valid
X2.2	0.849	0,1927	Valid
X2.3	0.809	0,1927	Valid
X2.4	0.783	0,1927	Valid

Tabel 5. Tabel Uji Hasil Validasi Kepuasan Pelanggan (Y)

Item pernyataan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Y.1	0.541	0,1927	Valid
Y.2	0.710	0,1927	Valid

Y.3	0.722	0,1927	Valid
Y.4	0.805	0,1927	Valid
Y.5	0.692	0,1927	Valid

2) Hasil Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0.6 sedangkan jika < 0.6 maka dianggap tidak reliabel

Tabel 6. Hasil Uji Realiabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.809	0,1927
Citra Perusahaan (X2)	0.849	0,1927
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.809	0,1927

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi dasar, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara valid. Terdapat empat uji asumsi klasik yang dilaksanakan, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kenormalan sebaran atau distribusi data penelitian. Metode pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode kolmogorov-smirnov pada tingkat signifikansi 0.05. Adapun kesimpulan dari pengujian ini adalah data dikatakan normal apabila nilai signifikansi (α) hasil pengujian lebih besar dari 0.05 begitu juga sebaliknya. Berdasarkan data yang sudah diolah, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.200 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian telah terdistribusi secara normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Pengujian asumsi klasik multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan nilai VIF, dimana model regresi tidak mengandung unsur multikolinieritas jika nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai tolerance lebih besar dari 0.10. Dari hasil data yang telah diolah didapatkan bahwa nilai VIF $1.026 < 10$, yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data penelitian yang digunakan.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi ketidaksamaan varian residual terhadap model regresi.

Berdasarkan grafik scatterplot yang telah diolah dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik membentuk pola yang tidak beraturan diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa data yang digunakan tidak mengandung unsur heteroskedastitas pada penelitian yang digunakan.

Uji Regresi

Uji regresi digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari satu variabel independen.

Tabel 7. Ringkasan Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig
Konstanta	7.593		
X1	0.449	11.559	0.0000
X2	0.632	14.332	0.0000

Dari hasil perhitungan di atas dapatkan bahwa nilai konstanta sebesar 7.593 dengan melalui persamaan regresi:

$$Y = 7.593 + 0.449 X_1 + 0.632 X_2$$

- Nilai konstanta (α) 7.593 menunjukkan bahwa apabila variabel independen Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variabel dependen Kepuasan Pelanggan akan bernilai sebesar 7.593.
- Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai sebesar 0.449. Hal ini berarti jika nilai Kualitas Pelayanan (X1) ditingkatkan sebesar 1, maka Citra Perusahaan meningkat sebesar 0.449. 3. Nilai koefisien variabel Citra Perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0.632. Hal ini berarti apabila Citra Perusahaan (X2) ditingkatkan sebesar 1, maka Citra Perusahaan (X2) akan meningkat 0.632.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

- Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial didasarkan pada nilai t hitung pada tingkat signifikansi 0.01 atau dengan kriteria pengujian:

1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima yang artinya Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

$$T \text{ tabel} = 0.01; 74-2-1$$

$$= 0.01; 71$$

$$= 2.380$$

Tabel 8. Hasil Uji Parsial

Model	T Hitung	Sig
Konstanta	8.830	0.0000
X2	11.559	0.0000
X2	14.332	0.0000

Hipotesis 1:

H_0 ditolak dan H_a diterima karena $11.559 > 2.380$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan.

Hipotesis 2:

H_0 ditolak dan H_a diterima karena $14.322 > 2.380$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Citra Perusahaan mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Hasil Uji Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis secara simultan didasarkan pada nilai f hitung pada tingkat signifikansi 0.01 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Pengujian hipotesis secara simultan didasarkan pada nilai f hitung pada tingkat signifikansi 0.01 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Apabila $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai f-tabel diperoleh dari tabel t statistik yang diperoleh dengan rumusan $(n-k-1) = (74-2-1) = 71$ berarti nilai f-tabel adalah 4.92. Adapun pengujian tstatistik digambarkan pada tabel berikut ini:

F tabel = (n-k-1)

$$F \text{ tabel} = 74 - 2 - 1$$

$$= 4.92$$

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Re-gres-sion	350.257	2	175.129	146.752	.000 ^b
Residu-al	84.729	71	1.193		
Total	434.986	73			

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar 0.01 diperoleh f-tabe l= 4.92. Dari hasil pengujian statistik dihasilkan f-hitung sebesar 146.752. Dengan demikian f-hitung > f-tabel yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.805	.800	1.092

Dari hasil perhitungan tabel di atas, didapatkan hasil perhitungan $0.805 \times 100\% = 80,5\%$. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80,5%. Sedangkan 19,5% merupakan variabel bebas lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan pada PT. Haluan Dinamika Utama, maka penulis mengambil kesimpulan diantara sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan terbukti signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut diperoleh dari nilai t-hitung sebesar $11.559 > 2.380$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Citra Perusahaan terbukti signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal tersebut diperoleh dari nilai t-hitung sebesar $14.322 > 2.380$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Dari hasil pengujian statistik dihasilkan f-hitung sebesar $146.752 > 4.92$. Dengan demikian fhitung > ftabel yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

1. Bagi Intansi PT. Haluan Dinamika Utama:
Disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada ketepatan waktu servis dan respon terhadap keluhan pelanggan. Perusahaan juga perlu memperkuat citra perusahaan melalui pelayanan yang konsisten.
2. Bagi Pelanggan PT. Haluan Dinamika Utama
Diharapkan agar lebih aktif memberikan umpan balik setelah menerima layanan, baik melalui media sosial, ataupun ulasan online. Umpan balik yang jujur sangat berguna bagi perusahaan untuk memperbaiki layanannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Fadjar Muliawan, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dwimulya, atas pencerahan selama masa pendidikan.
2. Syarif Hidayat, S.M., M.M., selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Akuntansi STIE Dwimulya atas ilmu pengetahuan yang diberikan selama perkuliahan.
4. Kedua orang tua, Rahmat Hidayat dan Renni, atas dukungan dan semangat yang tiada henti.
5. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian. (2022). Perilaku Konsumen. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandir
- Eka Handrayani (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru
- Chien, L. H., & Chi, S. Y. (2019). Corporate image as a mediator between service quality and customer satisfaction: difference across categorized exhibitors. *Heliyon*, 5(3), e01307. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01307>
- Tombili Uchi Fauziah, Suhadi, Lade Albar Kalza. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di RSU Bahtemas Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2022. *Jurnal Administrasi Kebijakan Kesehatan (JAKK-UHO)*. Vol. 3/No. 3/Bulan Oktober Tahun 2022 e-ISSN: 2797-6831
- Farizky, M. ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di "What'S Good Coffee". *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>