



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 10090-10103
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Perusahaan Ninja Xpress Kolaka

Lilin^{1✉}, Stiadi², Nursamsir³

Program Studi Manajemen, Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email: lilin.management@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Perusahaan Ninja Xpress Kolaka. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Ninja Xpress Kolaka. Peneliti menggunakan rumus Hair karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reabilitas dengan SPSS 29.0. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji measurement model (outer model) dan pengujian model struktural (inner model) dengan Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.378 dan T-Statistic sebesar $3.595 > 1.64$ dengan nilai P Value 0.000 dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Hal ini Kepuasan Konsumen ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.431 dan T-Statistic sebesar $4.230 > 1.64$ dengan P-Value 0.000.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Citra Perusahaan, partial least square (PLS).*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Ninja Xpress Kolaka's Corporate Image. This research is a survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were Ninja Xpress Kolaka consumers. Researchers used Hair's formula because the population size was not known with certainty. So that the sample in this study amounted to 120 people. Testing research instruments using validity tests and reliability tests with SPSS 29.0. The data analysis technique used is the measurement model test (outer model) and structural model testing (inner model) with Smart PLS 3.0. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between the Service Quality variable on Company Image. This is indicated by the Original Sample Estimate value of 0.378 and the T-Statistic of $3.595 > 1.64$ with a P-Value of 0.000 and a positive and significant effect on Company Image. This Consumer Satisfaction is indicated by the Original Sample Estimate value of 0.431 and T-Statistic of $4.230 > 1.64$ with a P-Value of 0.000.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Company Image, partial least square (PLS).*

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal utama yang dilakukan oleh seorang manajemen untuk dapat bertahan dan mempertahankan perusahaan bisnis supaya sebuah perusahaan terus berkelanjutan dan berkembang yang bertujuan untuk memenuhi sebuah kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat menghasilkan produk maupun jasa, selalu memfokuskan pada ketergantungan pelanggan, kualitas, dan nilai untuk membangun citra positif pada konsumen (Goban, 2021).

Citra yang dimaksudkan tersebut adalah bagaimana banyak jumlah seorang pelanggan tersebut untuk memandang terhadap perusahaan tersebut. Sehingga dalam hal ini perusahaan harus dibangun secara terus menerus. Manajemen harus fokus terhadap strategi untuk meluaskan pasar guna mendapatkan pelanggan yang loyalitas sehingga meningkatkan persepsi positif maupun negatif dari pelanggan terhadap kualitas layanan yang terus membaik seiring dirasakan dan dinilai oleh konsumen (Ayutika, 2018). Tanpa terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan seperti Ninja Xpress yang selalu berperan aktif dalam memberikan sebuah pelayanan jasa pengiriman kepada seluruh masyarakat. Usaha dalam rangka membangun citra positif dari Ninja Xpress dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga muncul sebuah penilaian berdasarkan apa yang dirasakan serta berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan sehingga memunculkan citra dari perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut sesuai menurut hasil penelitian Ayutika (2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi

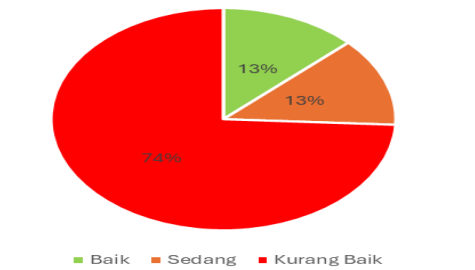
kepuasan terhadap konsumen dan menimbulkan citra dari Perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai pasar sasaran kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide (Riska, 2019). Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global (Zusmawati et al., 2023). Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama (Lumbantoruan et al., 2020). Menurut oleh Imran & Ramli (2019) bahwa memberikan layanan yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan manfaat (benefit) melalui kepuasan konsumen. Karena secara empiris ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan benefit. Menurut Ayutika (2018) juga menyebutkan bahwa mutu kualitas layanan yang baik dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat memperbaiki serta meningkatkan citra perusahaan.

Selain Kualitas Pelayanan, ada faktor lain yaitu Kepuasan Konsumen yang dapat mempengaruhi citra perusahaan. Menurut Cavallera & Soliha (2019) Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Zusmawati et al., (2023) Kepuasan konsumen ialah salah satu kunci fundamental untuk mencapai kesetiaan klien. Citra perusahaan merupakan kesan perasaan dalam gambaran dari publik terhadap suatu perusahaan, oleh karena itu, jika perusahaan menjalankan tugasnya dengan baik akan mendapatkan kepercayaan bagi konsumen sehingga kepuasan konsumen akan meningkat dan akan memberi kesan yang baik dan meningkatkan juga citra Perusahaan (Cavarella & Soliha, 2019).

Hal ini diperkuat dengan fenomena yang terjadi di Industri jasa pelayanan masyarakat seperti Ninja Xpress berupaya untuk memperoleh kepercayaan masyarakat untuk memperbaiki citra perusahaannya yaitu dengan mengemukakan pelayanan yang efisien dan berkualitas. Salah satu jenis pelayanan pengiriman barang dari Ninja Xpress untuk mempertahankan kepuasan konsumen yaitu dengan menghadirkan 3 sistem layanan diantaranya Ninja Reg, Ninja Fast dan Ninja Super. Hal ini menjadi peluang dan keuntungan yang besar secara finansial bagi Ninja Xpress. Dalam hal ini menuntut lembaga penyedia jasa pelayanan untuk bisa memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Dikarenakan Ninja Xpress Kolaka menghadapi masalah strategis yaitu

belum optimalnya pelayanan jasa pengiriman, masih adanya keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang ada, pengantaran paket yang lambat dan sering terjadinya return barang tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu kepada pelanggan. Sehingga keadaan tersebut menimbulkan persaingan serta kompetisi di antara beberapa Perusahaan jasa pengiriman barang yang ada di Kabupaten Kolaka. Citra Perusahaan hal ini dapat kita lihat dari berbagai review dan penilaian konsumen yang ada di Google dan dengan masalah yang dihadapi Ninja Xpress tersebut dapat menurunkan Citra Perusahaan Ninja Xpress Kolaka.



(Sumber: Excel, 2024)

Gambar 1

Ringkasan Ulasan Ninja Xpress Kolaka

Berdasarkan gambar 1 dapat kita lihat bahwa rating dan ulasan yang diberikan konsumen kepada Ninja Xpress terbagi menjadi beberapa tingkatan yaitu mulai dari Sangat Baik, Baik, Sedang, Kurang Baik dan Buruk. Dari beberapa tingkatan tersebut rating dan ulasan sangat buruk memiliki nilai yang paling dominan yaitu 74% dari 31 konsumen yang memberikan ulasan, Selibhnya ulasan sedang 13% dan ulasan buruk 13% yang memberikan ulasan. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa faktor yaitu dari segi kualitas pelayanan Ninja Xpress seperti jasa pengiriman Ninja Xpress sangat lambat, kurangnya Amanah dalam pengiriman paket, seperti paket sering tercecer dan packingan pakatnya sering rusak, dan seringnya paket terlambat melewati estimasi yang telah ditentukan, hal ini memberikan dampak pada customer yang membuat paket mereka sering terjadi return barang tanpa konfirmasi pada konsumen, pelayanan dari adminnya juga kurang ramah, dan kurirnya pun slow respon ketika di chat, dan tidak merespon dengan baik terhadap konsumen yang menyebabkan barang yang di pesan di kembalikan ke reseller, sehingga konsumen sering mengeluh dan merasa tidak puas dan banyaknya konsumen yang kecewa dengan pelayanan yang ada di Ninja Xpress Kolaka, hal ini bisa dilihat dari ulasan-ulasan pelanggan yang sangat buruk dengan memberikan bintang 1 dan komentar-komentar negatif di website Ninja Xpress kolaka. Dengan berbagai macam review negative terhadap Ninja Xpress Kolaka memberikan gambaran bahwa realita pelayanan yang terjadi pada Ninja Xpress kolaka masih jauh dari apa yang

diharapkan oleh Konsumen Ninja Xpress kolaka. Dampak inilah yang memberikan kesan buruk pada Ninja Xpress Kolaka sehingga menurunkan citra perusahaan pada Ninja Xpress Kolaka.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis mencoba melihat dari sisi penerima pelayanan dalam mengevaluasi kesenjangan antara harapan dan persepsi dari kualitas jasa layanan pengiriman barang yang diberikan oleh Ninja Xpress Kolaka. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (Perceived Service) dan pelayanan yang diharapkan (Expected Service).

Argumen ini juga didukung oleh telaah pustaka yang dilakukan oleh penulis yang mengidentifikasi bahwa terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait variabel Kualitas layanan dan Kepuasan konsumen terhadap citra Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Jumriani et al; (2023) menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna J&T di Kolaka Utara. Namun beda halnya penelitian yang dilakukan oleh Thalib & Harimurti (2021) menemukan bahwa Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Citra Perusahaan pada jasa pengiriman JNE di wilayah Depok dan Jakarta Selatan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ayutika (2018) membuktikan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Atmanegara et al; (2019) mengatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan di hotel (tidak memperhatikan image).

Berdasarkan uraian diatas mengenai kondisi pelayanan jasa pengiriman serta adanya inkonsistensi antara penelitian terkait Kualitas layanan dan Kepuasan konsumen terhadap citra Perusahaan, maka penulis meyakini perlunya dilakukan penelitian tentang pengaruh Kualitas layanan dan Kepuasan konsumen terhadap citra Perusahaan pada Ninja Xpress Kolaka.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Wonua *et al.* (2021) pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mempunyai keyakinan bahwa fokus penelitian merujuk kepada kuantitas (berapa banyak) dengan menggunakan landasan filsafat positivisme. Model penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research (Stiadi, 2021). Dalam penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Citra Perusahaan Ninja Xpress Kolaka.

Adapun lokasi penelitian adalah pada Ninja Xpress yang terletak di wilayah Kabupaten Kolaka, tepatnya Jl. Lorong Mistik, Taha, Kec. Kolaka, Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Jun 2024 sampai dengan Jan 2025. Jenis data penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring. Data kuantitatif menunjukkan kuantitas, bentuk segala absolute sehingga dapat ditentukan besarnya (Hardani *et al.* 2020). Adapun sumber data yaitu Primer dan Sekunder. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipeleajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Wonua *et.al* 2021). Populasi pada penelitan ini adalah Konsumen Ninja Xpress Kolaka.

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Wonua *et al.*, 2020). Sampel digunakan jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang dilakukan penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Wonua *et al.*, 2021). Sehingga sampel penelitian pada konsumen Ninja Xpress yaitu 120 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Convergent Validity

Convergent validity dilakukan dengan melihat item reliability (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai loading factor. Nilai loading factor > 0,7 dikatakan valid. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,5 sampai 0,6 masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, (2015). Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan Smart PLS 3.0 hasil loading factor dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2

Nilai *Outer Loading*

Item	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	Citra Perusahaan
X1.1	0.778		
X1.2	0.803		
X1.3	0.844		
X1.4	0.705		
X1.5	0.741		
X2.1		0.929	
X2.2		0.876	

X2.3		0.741	
Y1			0.904
Y2			0.840
Y3			0.802
Y4			0.856

(Sumber: Data Diolah Menggunakan PLS 3, 2024)

Berdasarkan Tabel 2 yang ditunjukkan bahwa indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai loading factor $> 0,7$ dan ini dinyatakan valid.

Tabel 3

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

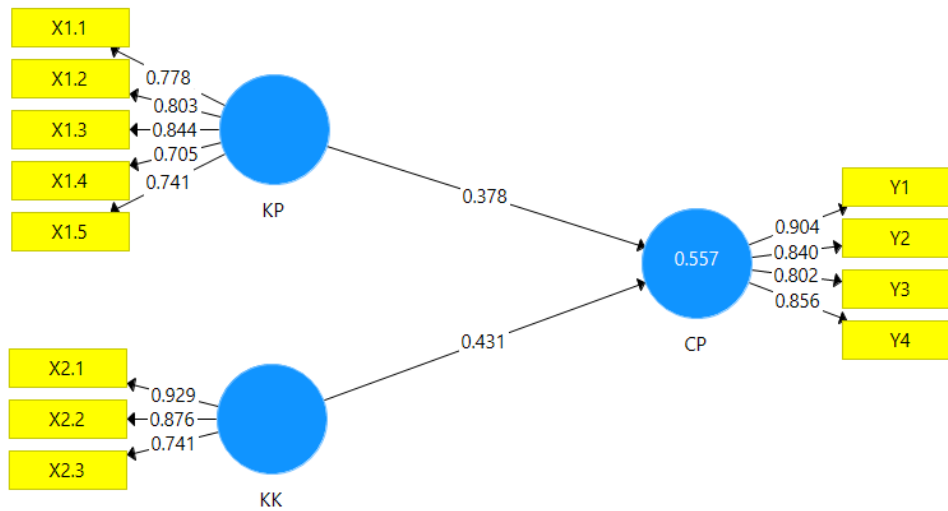
Konstruk	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Citra Perusahaan	0.913	0.876
Kepuasan Konsumen	0.887	0.807
Kualitas Pelayanan	0.883	0.834

(Sumber: Data diolah menggunakan PLS 3, 2024)

Dari nilai output pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa konstruk memiliki nilai reliabel yang baik, dimana suatu konstruk dinyatakan baik apabila memiliki *nilai Composite Reliability* konstruk dengan nilai $> 0,7$ dan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,5$.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model ini dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (path coefficient). Semakin tinggi nilai r-square maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis adalah nilai path coefficient.



Gambar 2 Output PLS Algorithm

Analisis Variant (R2) atau Uji Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali (2012) membagi level kriteria nilai R-Square menjadi level kuat, moderat dan lemah. Nilai R-Square 0,70 mengidentifikasi model pada level kuat, 0,50 mengidentifikasi model beradapada level moderate dan 0,25 mengidentifikasi model berada pada level lemah. nilai dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Nilai R-Square

Konstruk	R-Square
Citra Perusahaan	0.557

(Sumber: Data diolah menggunakan PLS 3, 2024)

Berdasarkan Tabel 4 di atas menunjukkan nilai R-Square konstruk Citra Perusahaan sebesar 0.557 atau 55,7%. Oleh variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,278 dan Kepuasan Konsumen sebesar 0,431, sedangkan untuk sisanya sebesar 44,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sehingga dalam hal ini pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki kategori Sedang. Dapat diartikan bahwa Ninja Xpress cukup memuaskan dari segi Kualitas Pelayanan yaitu konsumen cukup pusa dengan pelayanan yang diberikan ninja Xpress. Sehingga dari segi kualitas layanan mampu meningkatkan Citra Perusahaan. Sedangkan dari segi Kepuasan Konsumen Ninja Xpress juga cukup baik sehingga para konsumen merekomendasikan Ninja Xpress sebagai penyedia Jasa pengiriman barang kepada orang lain. Sehingga Kepuasan Konsumen mampu meningkatkan Citra Perusahaan.

Tabel 5

Nilai *Path Coefficients*

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Value
KP->CP	0.378	0.387	0.105	3.595	0.000
KK->CP	0.431	0.425	0.102	4.230	0.000

(Sumber: Data diolah menggunakan PLS 3, 2024)

Berdasarkan Tabel 5 Nilai Path Coefficient dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat hubungan antara konstruk dalam setiap hipotesis. Path Coefficient dilakukan pengujian menggunakan PLS Boothstrapping dengan melihat T-Statistic variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:197) ketentuan rule of thumb yang dipakai dalam sebuah penelitian adalah T-Statistic > 1,64 dengan taraf signifikansi P-Value atau nilai probabilitas < 0,05 (5%) dan bernilai positif.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Karyawan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.378 yang artinya memiliki pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan dan nilai T-Statistic sebesar 3.595 > 1.64 dengan P-Value 0.000 artinya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan. Diterimanya hipotesis penelitian ini dikonfirmasi dengan tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan yang dapat dilihat pada tabel 4.5 mengenai deskripsi responden yang memiliki rata-rata jawaban sebesar 3.3 dan berada pada kategori sedang.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan, hal ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yang menjelaskan pada penelitian Prasetya (2021) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan. Selain itu, dalam penelitian Thalib & Harimurti (2021) mengatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) dalam model SERVQUAL, kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu perusahaan,

yaitu, Tangibles (Bukti Fisik) – Representasi fisik seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan karyawan. Reliability (Keandalan) – Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Responsiveness (Daya Tanggap) – Kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Assurance (Jaminan) – Pengetahuan dan keramahan staf dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan. Empathy (Empati) – Kepedulian dan perhatian personal kepada pelanggan. Dalam konteks citra perusahaan, teori Corporate Image (Dowling, 2001) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan sangat memengaruhi citra perusahaan tersebut di pasar. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka akan mengembangkan persepsi positif yang pada akhirnya memperkuat reputasi dan citra perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang ada di Ninja Xpress Kolaka cukup baik dikarenakan mampu membuat konsumen nyaman, Berdasarkan tanggapan responden pada Tabel 4.5, ditemukan bahwa kualitas pelayanan di Ninja Xpress Kabupaten Kolaka dinilai cukup baik, terutama dalam aspek Empathy, yang mencerminkan kemampuan karyawan dalam Berkomunikasi dengan baik dan memperhatikan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai. Menunjukkan sikap peduli dan responsif dalam menangani keluhan pelanggan, yang meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan. Memberikan solusi yang cepat dan efektif ketika terjadi masalah dalam pengiriman barang, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ninja Xpress Kabupaten Kolaka telah menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang secara langsung memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia jasa pengiriman yang andal dan profesional.

Sehingga dalam hal ini Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan Citra Perusahaan pada Ninja Xpress Kabupaten Kolaka. Hal inilah yang membuat Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.

Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kinerja Karyawan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Konsumen terhadap Citra Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.431 yang artinya memiliki pengaruh yang positif antara Kepuasan Konsumen terhadap Citra Perusahaan dan nilai

T-Statistic sebesar $4.230 > 1.64$ dengan P-Value 0.000 artinya Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan. Diterimanya hipotesis penelitian ini dikonfirmasi dengan tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen yang dapat dilihat pada tabel 4.6 mengenai deskripsi responden yang memiliki rata-rata jawaban sebesar 3.4 dan berada pada kategori Sedang.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan, hal ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yang menjelaskan menurut Thalib & Harimurti (2021) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Penelitian Zusmawati (2023) menunjukkan hasil penelitian bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja produk atau layanan yang diterima. Jika harapan terpenuhi atau terlampaui, maka kepuasan akan meningkat, yang pada akhirnya memperkuat citra perusahaan di mata konsumen.

Selain itu, teori Customer Satisfaction Theory (Oliver, 1980) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen berperan sebagai faktor utama dalam loyalitas dan rekomendasi pelanggan. Hal ini juga diperkuat oleh Corporate Image Theory (Dowling, 2001) yang menyatakan bahwa citra perusahaan terbentuk dari pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan atau produk yang diberikan.

Variabel Kepuasan Konsumen ini merupakan variabel yang mendukung Citra Perusahaan di dalam penelitian ini dikarenakan Kepuasan Konsumen yang diberikan oleh responden lebih mewakili terjadinya peningkatan dalam Citra Perusahaan tersebut. Berdasarkan tanggapan responden pada Tabel 4.6, ditemukan bahwa konsumen Ninja Xpress di Kabupaten Kolaka merasa puas dengan layanan yang diberikan, yang tercermin dari beberapa indikator berikut: Kesiediaan merekomendasikan layanan—Konsumen yang puas cenderung merekomendasikan Ninja Xpress kepada teman, keluarga, atau kolega. Kepercayaan terhadap perusahaan – Tingginya tingkat kepuasan meningkatkan persepsi positif terhadap profesionalisme dan kualitas layanan Ninja Xpress. Pengalaman layanan yang baik – Pelanggan merasa bahwa Ninja Xpress memberikan layanan pengiriman yang sesuai dengan harapan mereka, seperti kecepatan pengiriman dan keamanan barang.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk citra perusahaan, karena pelanggan yang puas tidak hanya menjadi pengguna setia tetapi juga bertindak sebagai "brand ambassador" yang memperkuat

reputasi perusahaan di pasar. Sehingga dalam hal ini Kepuasan Konsumen mampu meningkatkan Citra Perusahaan Ninja Xpress Kabupaten Kolaka. Hal inilah yang membuat Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan latar belakang, fenomena, hasil, dan lainlain pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan pada Ninja Xpress Kolaka. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.378 dan T-Statistic sebesar 3.595 dengan nilai P Value 0.000. Sesuai dengan tanggapan responden pada deskripsi variabel Kualitas Pelayanan beranggapan bahwa Ninja Xpress Kolaka telah memberikan Empaty, yaitu Konsumen merasa bahwa karyawan Ninja Xpress Kolaka mampu berkomunikasi dengan baik dan sangat memperhatikan kebutuhan pelanggan. Sehingga dalam hal ini Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan Citra Perusahaan pada Ninja Xpress Kolaka. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Konsumen terhadap Citra Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.431 dan T-Statistic sebesar 4.230 dengan nilai P Value 0.000. Sesuai dengan tanggapan responden pada variabel Kepuasan Konsumen bahwa Ninja Xpress Kabupaten kolaka sudah memberikan kepuasan konsumen yang cukup baik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Ninja Xpress Kolaka lalu saya merekomendasikan Ninja Xpress kolaka kepada orang lain. Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan agar menambah referensi dan jumlah variabel dalam penelitian, sehingga variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh dapat dianalisis pengaruhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Zuhdi, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Grab Teknologi Indonesia: Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Grab di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 87-96.
- Alfian, A., & Wendrita, A. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Kendaraan Bermotor Pada Pt. Asuransi Bumi Putra Muda Padang. *Jurnal Economina*, 2(1), 241-253.

- Fadli, M., Augustin, J., & Zahara, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 76-88.
- Goban, M. C. S. (2021). Hubungan Antara Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Pelanggan Indihome di Pt. Telkom Maumere (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Ilyas, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Januardi, N. V. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasipegadaian Digital Dan Kualitas Pelayananterhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(4).
- Jumriani, J., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Penanganan Komplain dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna J&T di Kabupaten Kolaka Utara. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 65-71.
- Kusmanto, Y. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Persepsi Risiko, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) (Studi Pada Nasabah PT Bank Jateng di Kabupaten Blora) (Doctoral Dissertation, Stie Bank BPD Jateng).
- Lumbantoruan, A., Ramadhan, M., & Riansah, W. (2020). Implementasi Metode Fuzzy Tsukamoto Dalam Menentukan Kepuasan Customer Terhadap Pelayanan Family Express. *Jurnal Cyber Tech*, 3(8).
- Massora, A., & Widyanti, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(1).
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: theoretical review. *jurnal sains manajemen*, 4(1), 8-17.
- Mutiara, I. A., Gusti, T. E., & Yusmanisari, E. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Rawat Inap dengan Minat Pemanfaatan Ulang Pelayanan di Puskesmas Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Informasi Kesehatan Indonesia*, 8(1), 40-49.
- Prasetya, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Di Cv Honda Karya Utama Kota Kisaran.
- Prayogi, A., Purwati, A. A., Komardi, D., Rusilawati, E., & Sandria, W. (2022). Pengaruh Citra Rasa Produk, Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Bakso Mataram (Cabang Pekanbaru). *Lucrum: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(1), 68-77.
- Raihan. (2017). *Metode Penelitian*. Universitas Islam Jakarta.
- Riska, I. D. (2019). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang Periode 2016 (Doctoral dissertation, Universitas Wahid Hasyim Semarang).
- Rorong, M. J. (2024). Analisis Strategi Pemanfaatan Akun Instagram@ Telkomakses_Batam Dalam Menciptakan Citra Perusahaan. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1).
- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh brand image, harga, dan kualitas layanan terhadap minat beli produk fashion secara online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 727-738).
- Stiadi, M. (2021). The Influence of Entrepreneurship Courses on Students' Entrepreneurial Interests. *Jurnal Mantik*, 5(1), 197-200.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian & Penegembangan*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Yogyakarta. Penerbit Puatakabarpres.
- Thalib, S., & Wulandjani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Pengiriman Jne. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 86-98.
- Utari, I. M., Agus, R., & Azhar, A. (2020). Pengaruh Syariah Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Jasindo Oto Pada Pt Asuransi Jasindo Syariah Kantor Pemasaran Medan. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1).
- Wonua, A. R., & Astaginy, N. Ismanto. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Karya Ilmiah Mahasiswa Kendari*. Penerbit Literacy Institute.