
**PENGARUH KINERJA DISTRIBUSI FISIK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
(Survey pada pelanggan PT. ATRI DISTRIBUSINDO di Bandung)**

Handi Dipo Santosa
handi@iwu.ac.id

Universitas Wanita Internasional

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence about the influence of physical distribution performance and quality of service to the company's image as well as the implications for customer loyalty in the PT Arri Distribusindo Bandung. The results are expected contribute to the development of management science and management especially marketing and consumer behavior. For those of similar companies and practitioners, it is hoped the results of this study can provide useful information about the importance of physical distribution performance and quality of services, especially on the image of the company, which in num can increase customer loyalty as an evaluation tool.

The study was conducted at PT Atri Distribusinda Bandung. Methods of research using survey methods with quantitative research approaches. While the ype of research the form Descriptive Explanation Verificative Research and Research with a time horizon in the form of cross-sectional data that reflects the picture of a state at a given moment. To test the hypothesis of statistical methods of research used path amalysis (path analysis).

The test results of research found a significant relationship between the performance of physical distribution service qualin, as well as from the results of the test reveal significant influence of the physical distribution performance and quality of service to the company's image either partially or simultaneously, was also found significant relationship between the performance of the distribution physical and quality of services to the corporate image that has implications for customer loyalty .

Keywords: *Performance of physical distribution, service quality, corporate image and customer loyalty*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin ketat, hal ini dapat kita lihat dari tingginya usaha pemasaran yang dilakukan oleh beberapa perusahaan yang terlibat dalam persaingan bisnis sebagai usaha pemasaran yang dilakukan pada dasarnya tidak hanya untuk mendapatkan penjualan setinggi-tingginya, tetapi berupaya mencipta kepuasan bagi pelanggan sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan untuk jangka panjang.

Bedasarkan gambaran kondisi persaingan yang demikian terbuka dan keras, PT. Atri Distribusindo sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha distributor senantiasa berupaya untuk menawarkan berbagai macam produk dengan layanan yang prima. Penerapan

strategi yang saat ini dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan, karena ada keyakinan bahwa pelanggan akan puas bilamana dilayani secara maksimal dan kepuasan akan melahirkan loyalitas pelanggan dan pendapatan perusahaan pun akan naik.

Setelah melakukan observasi mewawancarai beberapa pelanggan, peneliti bisa mengatakan bahwa para pembeli bukanlah pelanggan yang loyal. Hal ini dikarenakan oleh kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh perusahaan yang akhirnya membuat pembeli maupun pelanggan tidaklah loyal seratus persen. Hal tersebut antara lain adalah sering terlambatnya pengiriman barang dari PT. Atri Distribusindo, kondisi barang yang dikirim pun sering tidak dalam kondisi yang baik karena terjadi kerusakan ketika diperjalanan, dan kurang sopannya supir atau driver yang mengirim barang oleh karena itu menurut peneliti dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. Atri Distribusindo tidak merasakan kualitas yang baik pada pelayanannya yang membuat pelanggan akan loyal.

Salah satu hal penting yang membuat pelanggan tetap loyal, adalah menjaga citra perusahaan untuk tetap baik dimata para pelanggan maupun pembeli, karena citra suatu perusahaan akan dapat mempengaruhi persepsi seseorang pada kualitas pelayanan yang diterima.

Saat melakukan wawancara pada beberapa pelanggan, diketahui bahwa citra PT. Atri Distribusindo tidaklah baik, bisa dikatakan citra perusahaan buruk.

Menurut mereka PT. Atri Distribusindo tidak seperti dulu. Dimana saat ini pelayanan yang diberikan kurang baik, kualitas barang yang dijual pun tidaklah seperti dulu. Sehingga membuat para pembeli maupun pelanggan kecewa atau tidak puas. Semua ini benar-benar karena kesalahan maupun kelambatan SDM PT. Atri Distribusindo sendiri.

Selain citra perusahaan, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sangatlah dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik. Di PT. Atri Distribusindo selain masalah pelayanan ketepatan waktu, masalah kesopanan ataupun kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan pun kurang baik.

Selain kualitas pelayanan hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah kinerja distribusi fisik. Kinerja distribusi fisik dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah fasilitas, persediaan, transportasi, komunikasi dan unitisasi. Dan yang saat ini sedang dalam tahap berbenah PT. Atri Distribusindo adalah dari faktor fasilitas dimana menyangkut tentang penentuan lokasi gudang yang sering berpindah-pindah, hal ini dikarenakan PT. Atri Distribusindo yang masih belum mempunyai gudang sendiri atau masih mengontrak sehingga sering berpindah-pindah tempat sehingga membuat kinerja distribusi fisik masih belum bisa dioptimalkan.

Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo yang cenderung menurun dan beralih kepada pesaing. (sumber dari wawancara pada pelanggan).
2. Citra PT. Atri Distribusindo yang mulai menurun menurut persepsi pelanggan (sumber dari wawancara pada pelanggan).
3. Kualitas pelayanan PT. Atri Distribusindo yang kurang baik atau kurang maksimal (sumber observasi pada karyawan PT. Atri Distribusindo).
4. Kinerja distribusi fisik yang masih kurang maksimal (sumber observasi pada PT. Atri Distribusindo).
5. Sering terjadi keterlambatan pengiriman barang ataupun tidak terkirimnya barang pesanan.

6. Kurangnya barang yang dipesan atau tidak sesuai dengan pesanan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.
2. Seberapa besar pengaruh kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan baik simultan maupun parsial.
3. Seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Seberapa besar pengaruh kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan, melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui

1. Kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.
2. Pengaruh kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan baik simultan maupun parsial.
3. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.
4. Pengaruh kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Pengertian manajemen menurut **Koontz & Weilrich (2010: 2)** adalah:

“management is a process of designing and maintaining an environment in which individuals, working together in groups, efficiently accomplish selected aims. This basic definition needs to be expanded: (1) as managers, people carry out the managerial functions of planning, organizing, staffing, leading, and controlling; (2) management applies to any kind of organization; (3) it applies to manager at all organization levels; (4) the aim of all managers is the same to create a surplus; (5) managing concerned with productivity, which implies effectiveness and efficiency.”

Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

American Marketing Association dalam **Kotler & Keller (2012: 27)** mendefinisikan *marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.*

Kotler & Keller (2012: 27) mendefinisikan mengenai manajemen pemasaran (marketing management yaitu *marketing management as the art and science of choosing target markets and*

getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.

Bauran Pemasaran

Kotler & Armstrong (2012: 75) menyatakan *marketing mix is the set of tactical marketing tools -product, price, place, and promotion that the firm blends to produce the response it wants in the target market.*

Distribusi fisik

Menurut **Frank Woodward dalam M. Nasuttion (2008: 21)** menjelaskan *"In industry distribution has been accepted as the performance of all business activities involved in moving the goods from the point of processing of manufacture to the point sala to the custumer and would include, warehousing, inventory, contol of finished goods, materials handling and packaging, documentation and dispatch, tra and transportation, and after sales services to custumers"* yang artinya dalam distribusi industri telah diterima sebagai kinerja dari semua kegiatan usaha yang terlibat dalam pemindahan barang dari titik pengolahan manufaktur ke sala menunjuk ke custumers dan akan termasuk, pergudangan, persediaan, contol barang jadi, penanganan bahan dan kemasan, dokumentasi dan pengiriman, lalu lintas dan transportasi, dan pelayanan purna jual untuk konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2008 85) definisi dari kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, factor utama yang memenuhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (expected service) dan persepsi terhadap layanan.

Citra

Menurut **Philip Kotler (2008:607)** *"Image is set of benefit, ideas, and impressions that a person holds regarding an object. People attitude and actions towards an object are highly conditioned by the object image"* artinya Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang pada suatu objek. Sikap dan perilaku individu terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh citranya. Menurut **Zeithaml and Bitner (2009 231)** *"reveals that the image is considered something that has the ability to influence the perception of the goods and services offered."*

Loyalitas Pelanggan

Customer loyalty atau loyalitas konsumen menurut Amin Widjaja Tunggal (2008: 6) adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang.

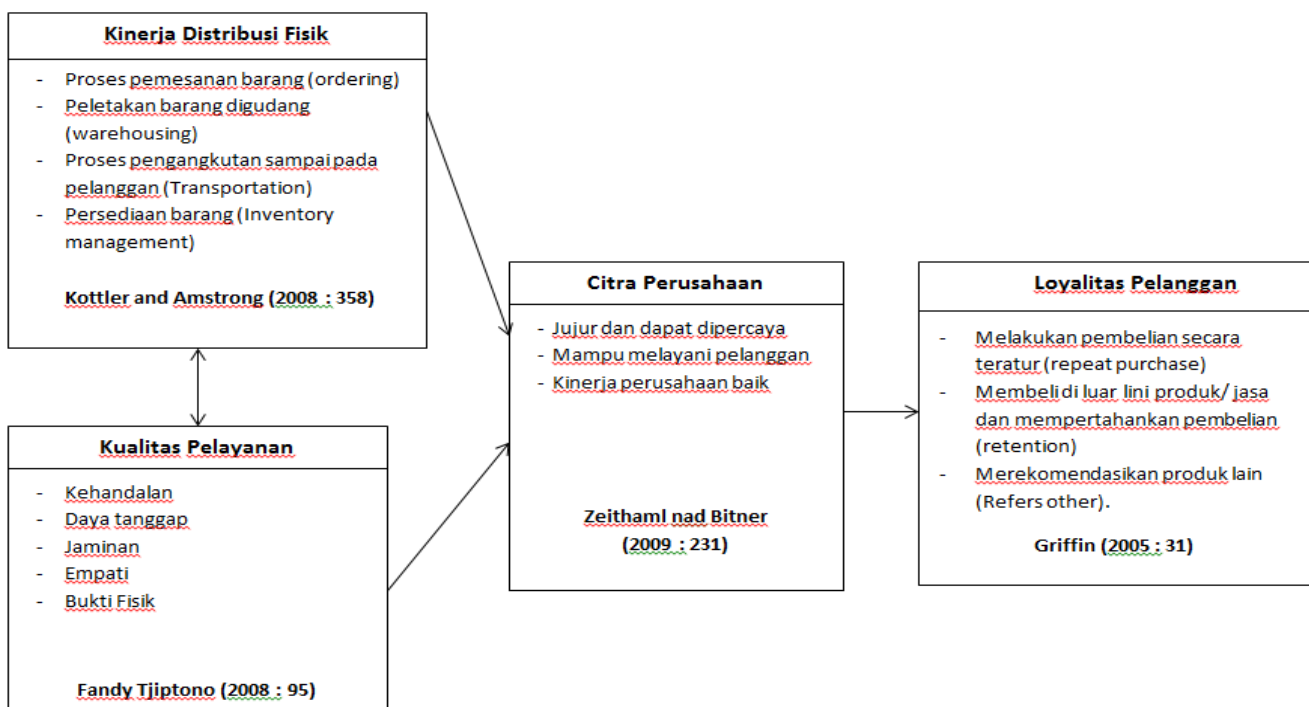
Menurut Ali Hasan (2008 83) Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk

memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Kerangka Pemikiran

Di era persaingan bisnis yang ketat, setiap perusahaan diharuskan untuk bisa menciptakan keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan sekaligus mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis atau para pesaing. Dimana saat ini PT. Atri Distribusindo sedang berusaha untuk dapat bersaing dan unggul dengan perusahaan distributor lainnya agar para konsumen dapat loyal pada PT. Atri Distribusindo dan tidak mudah berpindah pada perusahaan pesaing.

Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, PT. Atri Distribusindo berusaha meningkatkan citra perusahaan yang saat ini sedang menurun. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kinerja distribusi fisik. Distribusi merupakan bagian yang penting dalam meningkatkan citra sebuah perusahaan. Selain distribusi fisik menciptakan citra perusahaan harus dibantu oleh kualitas pelayanan yang baik. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan membuat citra perusahaan menjadi lebih baik, dan citra perusahaan yang baik dapat membantu para pelanggan atau konsumen loyal pada perusahaan.



Paradigma Penelitian
Sumber: Penulis (2013)

Hipotesis

Berdasarkan keran pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh Kinerja Distribusi Fisik dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan baik secara silmutan maupun parsial
- Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan
- Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh Kineria Distribusi Fisik dan Kualitas Pelyanan melalui Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan

III. METODE PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskripif dan penelitian verifikatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran keterkaitan variabel penelitian dan menjawab permasalahan. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dan informasi mengenai distribusi fisik, kualitas pelayanan, citra dan loyalitas konsumen PT. ATRI Distribution di Bandung. Pada penelitian ini time horizon datanya adalah cross sectional yang mencerminkan gambaran dari suatu waktu tertentu dan unit analisisnya adalah pelanggan PT. ATRI Distribusindo.

2. Unit Observasi dan Lokasi

Obyek penelitian adalah Pengaruh distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen. Adapun yang menjadi unit observasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. ATRI Distribusindo di Bandung.

3. Variabel Penelitian

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, variabel yang akan dianalisis terdiri atas variabel bebas (x) Distribusi fisik; variabel bebas yaitu Kualitas pelayanan; variabel intervening (O) yaitu Citra, sedangkan variabel terikat (Z) adalah Loyalitas pelanggan.

Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan bisnis PT. Atri Distrib Bandung dalam jangka waktu tiga tahun selama tahun 2009-2011 adalah sebanyak 1114 pelanggan bisnis.

Adapun cara menentukan jumlah responden sebagai unit analisis digunakan metode pengukuran sampel yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2004: 107), dengan rumus ukuran sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} = \frac{1114}{1+1114(0.10^2)} = 91,76 = 92$$

Keterangan:

N = Ukuran Populasi jumlah pelanggan bisnis PT. Atri Distribusindo Bandung selama tahun 2009-2011)

n = Ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah berupa jawaban responden (kualitatif yang kemudian dikuantifikasikan ke dalam bentuk skor. Data penelitian yang digunakan terdiri dari dua jenis yaitu data primer data sekunder.

Prosedur pengumpulan data dimulai dengan melakukan observasi. menetapkan populasi sesuai dengan permasalahan penelitian, kemudian dilakukan penarikan sampel yang berasal dari populasi yang ditetapkan Dengan mengetahui jumlah sampel yang dianggap mampu mewakili populasi, pengujian hipotesis dilakukan terhadap data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden atas daftar pertanyaan kuesioner) yang bersifat tertutup.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Hubungan structural antara keempat variabel dapat digambarkan sebagai berikut:

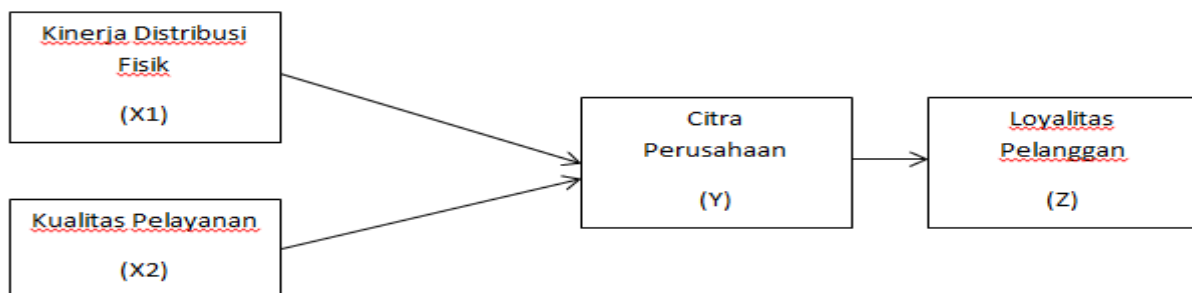


Diagram Jalur Paradigma Penelitian

Gambar diagram jalur seperti terlihat diatas dapat diformulasikan kedalam 2 bentuk persamaan structural sebagai berikut:

$$Y = P_{YX1} X_1 + P_{YX2} X_2 + \epsilon_1$$

$$Z = P_{ZY} Y + \epsilon_2$$

Keterangan:

ϵ = Pengaruh faktor lain

Pengaruh Kinerja Distribusi Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan

Hipotesis pertama yang akan diuji adalah pengaruh kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan, baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh koefisien jalur dari kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan sebagai berikut.

Koefisien Jalur Kedua Variabel Independen Terhadap Citra Perusahaan

Variabel	Koefisien Jalur	t_{hitung}	$R^2 = 0,530$
X_1	0,422	5,365	
X_2	0,454	5,770	

Sumber: Lampiran output Jalur

Secara bersama-sama nerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi/pengaruh sebesar 53,0% terhadap citra perusahaan (nilai R^2), sedangkan sisanya sebesar 47,0% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan.

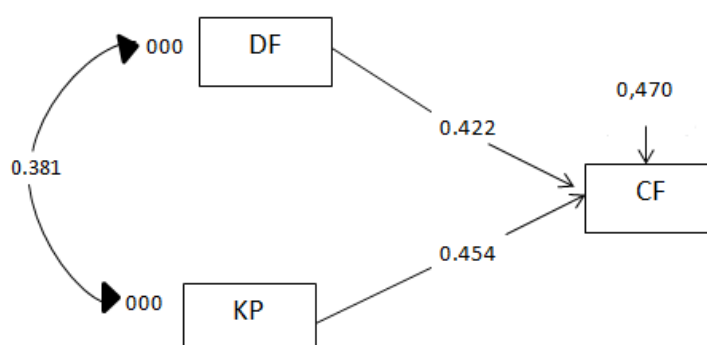


Diagram Jalur Pada Pengujian Hipotesis Pertama

Setelah koefisien jalur dihitung, selanjutnya untuk membuktikan apakah kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap citra perusahaan, maka dilakukan pengujian hipotesis (Pengujian hipotesis dimulai dari pengujian secara parsial dan dilanjutkan dengan pengujian secara simultan bersama-sama)

1) Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial.

Pengujian secara parsial dilakukan untuk membuktikan apakah secara parsial kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan Untuk menguji masing-masing koefisien jalur digunakan statistik uji t yang dibandingkan dengan nilai t dari tabel pada tingkat kekeliruan 5% dan derajat bebas 89 pada pengujian dua arah yaitu sebesar 1,987.

a) Pengaruh Kinerja Distribusi Fisik Terhadap Citra Perusahaan

Hasil Uji Pengaruh Kinerja distribusi fisik Terhadap Citra Perusahaan

Koef. Jalur	t_{hitung}	$t_{tabel}(db:89)$	H_0	H_1
0,422	5,365	1, 987	Ditolak	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} kinerja distribusi fisik (5,365) lebih besar dari tabel (1,987). Maka dengan tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0

sehingga H_1 diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa kinerja distribusi fisik berpengaruh terhadap citra PT. Atri Distribusindo di Bandung. Hasil pengujian ini memberik bukti empiris bahwa semakin baik kinerja distribusi fisik dalam akan meningkatkan citra PT. Atri Distribusindo di Bandung.

Besar pengaruh kinerja distribusi fisik terhadap citra PT. Atri Distribusindo di Bandung dihitung sebagai berikut.

1. Pengaruh langsung kinerja distribusi fisik terhadap citra perusahaan = $(P_{Y_1X_1})^2 = (0,422) \times (0,422) = 0,178$ (17,8%)
2. Pengaruh tidak langsung kinerja distribusi fisik terhadap citra perusahaan karena hubungannya dengan kualitas pelayanan = $P_{Y_1X_1} \times r_{x_1x_2} \times P_{Y_1X_2} = (0,422) \times (0,381) \times (0,454) = 0,073$ (7,3%).

Jadi total pengaruh kinerja distribusi fisik terhadap citra PT. Atri Distribusindo di Bandung = 17,8% + 7,3% = 25,1% dengan arah positif Artinya 25.1% peningkatan citra PT. Atri Distribusindo di Bandung dapat dijelaskan atau disebabkan oleh kinerja distribusi fisik.

b) Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan

Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan

Koef. Jalur	t_{hitung}	$t_{tabel}(db:89)$	H_0	H_1
0,454	5,770	1,987	Ditolak	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} kualitas pelayanan (5.770) lebih besar dari t_{tabel} (1.987), Karena nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} , maka dengan tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_1 diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra PT, Atri Distribusindo di Bandung. Hasil pengujian ini memberikan bukti empiris bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan citra PT. Atri Distribusindo di Bandung.

Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra PT, Atri Distribusindo di Bandung dihitung sebagai berikut.

1. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan:
= $(P_{Y_1X_2})^2 = (0,454) \times (0,454) = 0,206$ (20,6%)
2. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan karena hubungannya dengan kinerja distribusi fisik:
= $P_{Y_1X_2} \times r_{x_1x_2} \times P_{Y_1X_1} = (0,454) \times (0,381) \times (0,422) = 0,073$ (7,3%)

Jadi total pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra PT. Atri Distribusindo di Bandung 20,6% + 7,3% = 27,9% dengan arah positif Artinya 27,9% peningkatan citra PT, Atri Distribusindo di Bandung dapat dijelaskan atau disebabkan oleh kualitas pelayanan.

2) Pengujian Secara Simultan

Melalui nilai koefisien determinasi (nilai R^2) dapat dihitung nilai F dengan rumus sebagai berikut.

$$F_{hitung} = \frac{(92-2-1) \times 0,530}{2 \times (1-0,530)} = 50,219$$

Dari tabel F untuk tingkat signifikansi 0.05 dan derajat bebas (2,89) diperoleh nilai F tabel sebesar 3,099. Karena dari hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} (50,219) dan lebih besar

dibanding F_{tabel} (3,099), maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_1 diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap citra PT Atri Distribusindo di Bandung.

a. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Koefisien Jalur Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel	Koefisien Jalur	t_{hitung}	R^2
Y → Z	0,766	11,253	= 0,587

Citra perusahaan memberikan kontribusi sebesar 58,7% terhadap loyalitas pelanggan PT Atri Distribusindo di Bandung. Sedangkan sisanya sebesar 41,3% merupakan faktor lain diluar perusahaan.

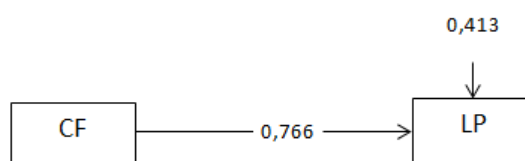


Diagram Jalur Pada Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil pengujian Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Koef. Jalur	t_{hitung}	$t_{tabel}(db:90)$	H_0	H_1
0,766	11,253	1,987	Ditolak	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian nilai t_{hitung} variabel citra perusahaan (11.253) lebih besar dari t_{tabel} (1.987). Maka dengan kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak tingkat H_0 sehingga H_1 diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pada pelanggan PT. Atri Distribusindo di Bandung. Hasil pengujian ini memberikan bukti empiris bahwa semakin baik citra perusahaan akan meningkatkan loyalitas PT Atri Distribusindo di Bandung.

b. Pengaruh kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.

Koefisien Jalur kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan

Variabel	Koefisien Jalur	t_{hitung}	R^2
X → Y → Z	0,766	11,253	= 0,587

Kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan memberikan kontribusi/pengaruh sebesar 54,41% terhadap loyalitas pada pelanggan PT. Atri Distribusindo di Bandung. Sedangkan sisanya sebesar 45,59% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan.

Hasil pengujian Pengaruh kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Atri Distribusindo.

R^2	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
0.5441	126,5071	3,0385	Signifikan

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan (126,5071) lebih besar dari t_{tabel} (3,0385). Maka dengan tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_1 diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pada pelanggan PT. Atri Distribusindo di Bandung. Hasil pengujian ini memberikan bukti empiris bahwa semakin baik kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan akan meningkatkan loyalitas pada pelanggan PT Atri Distribusindo di Bandung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kinerja fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung yang didasarkan pada has survey terhadap 92 pelanggan diperoleh kesimpulan secara deskriptif dan verifikatif (pengujian hipotesis) sebagai berikut:

1. - Kinerja distribusi fisik yang meliputi proses pemesanan barang, peletakan barang di gudang penyimpanan, proses pengangkutan sampai ke pelanggan dan persediaan barang pada karyawan PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung rata-rata skornya termasuk dalam kategori cukup baik. Data ini mencerminkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa sudah mendapat pasokan barang yang cukup baik dari PT Atri Distribusindo di Bandung
 - Kualitas pelayanan yang diberikan PT Atri Distribusindo wilayah Bandung termasuk dalam kategori baik, berarti keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, bukti fisik telah diterima baik oleh para pelanggan PT Atri Distribusindo wilayah Bandung
 - Citra perusahaan PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung termasuk dalam kategori baik. Kemampuan melayani pelanggan dan kinerja perusahaan memperoleh skor lebih tinggi dibandingkan kejujuran dan dapat dipercaya, hal ini berarti Pr Atri Distribution wilayah Bandung lebih thampu memiliki keunggulan dalam pelayanannya dan sesuai dengan keinginan pelanggan.
 - Loyalitas pelanggan yang meliputi repeatition, retention dan referal PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung rata-rata skornya termasuk dalam kategori tinggi. Data ini mencerminkan bahwa pada umumnya pelanggan loyal terhadap PT Atri Distribusindo di Bandung.

2. Secara bersama-sama kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 53,0% terhadap citra perusahaan (nilai R^2) Sedangkan sisanya sebesar 47,0% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan.
3. Citra perusahaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 58,7% terhadap loyalitas pada pelanggan PT Atri Distribusindo di Bandung (nilai R^2). Sedangkan sisanya sebesar 41,3% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar citra perusahaan.
4. Kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pada pelanggan PT. Atri Distribusindo di Bandung sebesar 54,41% Sedangkan sisanya sebesar 45,59% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan Hal ini berarti semakin baik kinerja distribusi fisik, kualitas pelayanan melalui citra perusahaan akan meningkatkan loyalitas pada pelanggan PT Atri Distribusindo di Bandung.

Saran

Mengacu kepada kesimpulan hasil penelitian ini, maka penulis menyampaikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manajemen PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung hendaknya lebih meningkatkan kinerja distribusi fisik dengan cara
 - Perusahaan tepat dalam pemenuhan mutu barang yang dipesan oleh pelanggan
 - Perusahaan mampu mengirim berbagai produk yang berbeda.
2. Mengoptimalkan kualitas pelayanan PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung, dengan cara
 - Memberikan jaminan bahwa karyawannya melayani pelanggan dengan standar yang sesuai sehingga dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan
 - Karyawan di perusahaan bersikap ramah dan sopan dalam pelayanan.
3. Mengoptimalkan citra PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung, dengan cara antara lain
 - Perusahaan selalu berusaha memenuhi harapan dari pelanggan
 - Perusahaan mampu bersaing dan punya peluang untuk terus berkembang.
4. Mengoptimalkan loyalitas pelanggan PT Atri Distribusindo wilayah Bandung, dengan cara antara lain:
 - Meningkatkan keseluruhan pelayanan juga fasilitas yang ada di PT Atri Distribusindo wilayah Bandung.
 - Mengusahakan para pelanggan memiliki intensitas yang tinggi untuk selalu merekomendasikan produk yang digunakan kepada orang lain.
5. Kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh relatif kuat terhadap citra perusahaan Pr. Atri Distribusindo wilayah Bandung Hal ini mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut sangat dominan terhadap peningkatan citra perusahaan. Maka penulis menyarankan beberapa kiat yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen PT. Atri Distribution wilayah Bandung, yaitu
 - Pihak manajemen PT. Atri Distribusindo wilayah Bandung harus lebih giat berupaya mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi citra perusahaan, seperti faktor lokasi, harga, promosi dan customer service, serta berusaha mengimplementasikan faktor-faktor tersebut dalam mengelola SDM, khususnya karyawan.

- Manajemen PT Atri Distribusindo wilayah Bandung harus lebih giat berupaya meningkatkan kinerja distribusi fisik, terutama kinerja di bidang pemenuhan dan pengiriman barang yang berdasarkan penelitian termasuk dalam klasifikasi cukup baik.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kinerja distribusi fisik dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan, maka hasil ini merupakan perluasan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Disarankan untuk penelitian mendatang lebih memperluas lagi variabel lain yang lebih lengkap, misalnya: variabel kepuasan lokasi, harga, customer service dan promosi dan faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Widjaya Tunggal. 2008. *Dasar-dasar Customer Relationship Management*. Harvindo. Jakarta
- Hasan Ali, 2008, *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Buku Kita, Yogyakarta.
- Koontz, Harold. And Weilrich, Heinza. 2010. “*Essentials of Management: An International Perspective*”, 8th Edition. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (Alih bahasa Benyamin Molan). Jakarta PT. INDEKS
- Kotler, Philip. And Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip Prinsip pemasaran*, Edisi ke 12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. And Keller, L. Kevin. 2012. “*Marketing Management*”, 14th Edition. New York: Pearson Education Limited.
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Zeithaml, A. Valerie. Bitner, J. Mary. and Gremler, D. Dwayne. 2009. “*Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*”, 5th Edition. Singapore: McGraw Hill/Irwin.