



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN PADA JASA EMKL EKSPOR PT REJEKI PULAU SAMUDERA LOGISTIK SEMARANG

Qurrotu A'yuni Izzati^{1*)}, Sugiyanta²⁾, Sri Eka Sadriatwati³⁾

Politeknik Negeri Semarang, Indonesia

¹⁾izzakyl@gmail.com; ²⁾sugiyanta.polines@gmail.com; ³⁾ekatriyo@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 08 Juli 2026

Direvisi 18 Juli 2026

Dipublikasikan 30 September 2026

Keywords:

Citra Perusahaan; EMKL;

Freight Forwarding; Kualitas Pelayanan; Retensi Pelanggan

Abstrak

PT Rejeki Pulau Samudera Logistik, perusahaan jasa freight forwarding dan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL), menghadapi penurunan retensi pelanggan yang tercermin dari turunnya tingkat retensi dari 91,9% (2023–2024) menjadi 78,0% (2024–2025). Penelitian sebelumnya masih terbatas mengkaji kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai prediktor retensi pelanggan pada sektor EMKL dengan karakteristik business-to-business (B2B). Dengan perspektif Service-Dominant Logic (S-D Logic) sebagai landasan teoritis, penelitian ini menyelidiki pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap retensi pelanggan pada PT Rejeki Pulau Samudera Logistik. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan menyebarkan kuesioner skala Likert enam poin kepada 36 responden yang dipilih melalui teknik sampling jenuh (total sampling), dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, dengan kualitas pelayanan sebagai prediktor paling dominan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,591 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 59,1% variasi retensi pelanggan, sementara 40,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan ini memperkaya kajian manajemen layanan logistik dan memberikan implikasi manajerial bagi PT Rejeki Pulau Samudera Logistik dalam meningkatkan mutu pelayanan serta memperkuat citra perusahaan.

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CORPORATE IMAGE ON CUSTOMER RETENTION FOR EXPORT FREIGHT FORWARDING SERVICES AT PT REJEKI PULAU SAMUDERA LOGISTIK SEMARANG

Abstract

PT Rejeki Pulau Samudera Logistik, a freight forwarding and sea export cargo handling (EMKL) company, has faced a decline in customer retention, reflected in a drop from 91.9% (2023–2024) to 78.0% (2024–2025). Prior studies remain limited in examining service quality and corporate image as predictors of customer retention in the EMKL sector with business-to-business (B2B) characteristics. Using the Service-Dominant Logic (SD Logic) perspective, this study examines the influence of service quality and corporate image on customer retention at PT Rejeki Pulau Samudera Logistik. A quantitative approach was applied using a six-point Likert scale questionnaire distributed to 36 respondents via saturated sampling, with data analyzed using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics 26. The results show that

service quality and corporate image both have positive and significant effects on customer retention, whether tested partially or simultaneously, with service quality as the most dominant predictor. The Adjusted R Square of 0.591 indicates that both variables explain 59.1% of the variation in customer retention, while the remaining 40.9% is explained by other factors outside the model. These findings enrich logistics service management literature and offer managerial implications for improving service quality and strengthening corporate image at PT Rejeki Pulau Samudera Logistik.

PENDAHULUAN

Transportasi dan logistik menjadi sektor krusial yang menopang aktivitas perdagangan sekaligus laju perekonomian, khususnya pada kegiatan ekspor yang membutuhkan koordinasi, ketepatan pelayanan, serta hubungan berkelanjutan antara penyedia jasa dan pelanggan. Jasa freight forwarding dan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) memegang peran strategis dalam pengurusan dokumen, koordinasi pelayaran, dan pengelolaan pengiriman ekspor bagi perusahaan eksportir.

PT Rejeki Pulau Samudera Logistik adalah perusahaan jasa EMKL ekspor yang melayani sejumlah pelanggan perusahaan (B2B) secara berulang. Kendati demikian, data internal perusahaan memperlihatkan fenomena penurunan retensi pelanggan pada periode terakhir. Tingkat retensi meningkat dari 85,7% (2021–2022) menjadi 88,6% (2022–2023) dan 91,9% (2023–2024), namun menurun tajam menjadi 78,0% pada 2024–2025 — penurunan 13,9 poin persentase yang diiringi lonjakan jumlah pelanggan tidak melanjutkan penggunaan jasa dari 3 menjadi 9 perusahaan. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan mengalami permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan retensi pelanggan sudah kerap dikaji pada beragam sektor jasa. Penelitian Le Minh et al. (2024) memperlihatkan bahwa kualitas layanan logistik berpengaruh positif terhadap kepuasan dan retensi pelanggan. Penelitian Leong et al. (2022) turut mendapati bahwa citra perusahaan berperan sebagai enabler bagi retensi pelanggan. Meski demikian, penelitian Hadi dan Prakosa (2022) memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu berdampak signifikan terhadap retensi pelanggan sebab dipengaruhi oleh variabel lain seperti perceived value dan switching barrier. Adanya perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa keterkaitan antarvariabel masih bersifat kontekstual sehingga perlu kajian lebih lanjut.

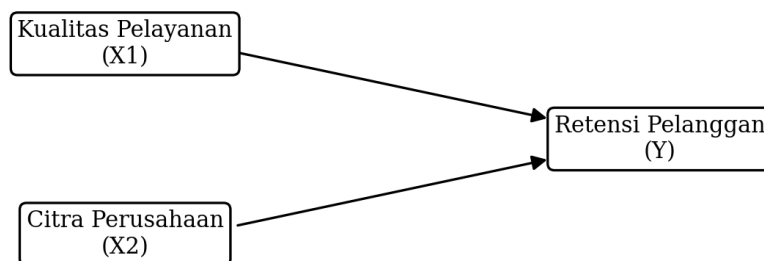
Di luar kesenjangan riset empiris tersebut, kajian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap retensi pelanggan pada perusahaan EMKL dengan karakteristik pelanggan B2B tergolong masih minim. Mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada sektor ritel, perbankan, atau jasa transportasi penumpang, sementara karakteristik jasa EMKL ekspor memiliki perbedaan lantaran melibatkan hubungan bisnis berulang, ketergantungan pada koordinasi pihak ketiga (pelayaran), dan proses kerja yang membutuhkan kepercayaan

antarperusahaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan kajian yang secara spesifik menguji keterkaitan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan retensi pelanggan pada PT Rejeki Pulau Samudera Logistik.

Merujuk pada pemaparan tersebut, penelitian ini dimaksudkan guna menyelidiki bagaimana retensi pelanggan jasa EMKL ekspor PT Rejeki Pulau Samudera Logistik dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra perusahaan, baik secara parsial maupun simultan. Kajian ini diharapkan mampu menyumbangkan bukti empiris bagi pengembangan studi manajemen pemasaran jasa, terutama pada sektor logistik ekspor, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi PT Rejeki Pulau Samudera Logistik dalam mendongkrak mutu pelayanan dan mengukuhkan citra perusahaan demi mempertahankan hubungan bisnis pelanggan yang berkesinambungan.

Penelitian ini menggunakan perspektif Service-Dominant Logic (SDL) yang digagas oleh Vargo dan Lusch (2004) sebagai landasan teoritis, yang memaparkan bahwa nilai bukan semata diciptakan oleh perusahaan, melainkan terbentuk lewat interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggan (value co-creation). Sudut pandang ini memandang bahwa pelanggan tidak sekadar berposisi sebagai penerima layanan, melainkan turut berperan sebagai pihak yang membentuk nilai melalui pengalaman selama menggunakan jasa. Pada jasa EMKL, pelanggan tidak hanya menerima hasil pengurusan ekspor, tetapi ikut terlibat dalam proses pelayanan melalui penyampaian kebutuhan, pertukaran informasi, koordinasi dokumen, dan penyelesaian kendala pengiriman. Relevansi SDL pada konteks jasa ekspedisi turut didukung oleh temuan Ritan dan Yoestini (2025), yang menunjukkan bahwa perspektif SDL relevan diterapkan pada perusahaan ekspedisi karena proses penciptaan nilai bersama pelanggan menjadi kunci keunggulan bersaing dalam industri jasa pengiriman.

Kerangka pemikiran teoritis yang menghubungkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap retensi pelanggan dalam penelitian ini digambarkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber: Vargo & Lusch (2004), diolah penulis

Retensi pelanggan merupakan kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk atau jasa dalam jangka panjang serta melanjutkan hubungan bisnis (Kotler et al., 2022). Manakala pengalaman pelayanan dan persepsi terhadap perusahaan sejalan dengan kebutuhan pelanggan, maka pelanggan cenderung mempertahankan hubungan penggunaan jasa; sebaliknya, pengalaman yang tidak memadai akan memicu kecenderungan pelanggan berpindah ke penyedia jasa lain. Retensi pelanggan pada penelitian ini diukur memakai indikator yang dikemukakan oleh Edward dan Sahadev (2011, dalam Sinambela et al., 2022), yakni pembelian berulang (repeat purchase), ukuran pesanan rata-rata (average order size), pembelian berbagai layanan (cross buying), dan rujukan kepada pihak lain (referral).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan menawarkan layanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan (Zeithaml et al., 2018). Pada jasa EMKL, kualitas pelayanan mencerminkan ketepatan, keandalan, dan daya tanggap dalam proses pengurusan dokumen, koordinasi pelayanan, dan penyelesaian kendala operasional. Penelitian ini memakai dimensi SERVQUAL oleh Zeithaml et al. (2018), yakni tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, untuk mengukur kualitas layanan PT Rejeki Pulau Samudera Logistik. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.

Citra perusahaan ialah persepsi menyeluruh pelanggan atas profesionalitas, kredibilitas, dan reputasi perusahaan, terbentuk dari personality, reputation, values/ethics, dan corporate identity (Harrison, 2000). Pada sektor jasa EMKL yang bersifat B2B, citra perusahaan dipandang berperan penting dalam memperkuat keyakinan pelanggan terhadap perusahaan sebagai mitra bisnis yang dapat diandalkan, terutama karena pelanggan tidak hanya menilai hasil suatu transaksi tetapi juga reputasi dan konsistensi perusahaan dalam membangun hubungan bisnis. Penelitian ini mengukur citra perusahaan berdasarkan keempat indikator tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Harrison (2000). Dengan demikian, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.

Merujuk Service-Dominant Logic, kualitas pelayanan beserta citra perusahaan menjadi faktor penting yang turut berperan dalam membentuk nilai layanan yang dirasakan pelanggan (Vargo & Lusch, 2004). Kualitas pelayanan mencerminkan pengalaman nyata selama menggunakan jasa, sementara citra perusahaan mengukuhkan keyakinan pelanggan atas kredibilitas dan kesanggupan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka secara

berkelanjutan. Perpaduan kedua faktor tersebut akan membentuk retensi pelanggan terhadap layanan PT Rejeki Pulau Samudera Logistik, sehingga hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3. Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap retensi pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memusatkan perhatian pada retensi pelanggan (Customer Retention) selaku variabel terikat, sementara variabel bebas terdiri atas kualitas pelayanan (Service Quality) dan citra perusahaan (Corporate Image). Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan aktif PT Rejeki Pulau Samudera Logistik pada tahun 2025 yang berjumlah 36 perusahaan. Teknik sampling jenuh (total sampling) digunakan karena jumlah populasi relatif kecil dan seluruh anggota populasi dapat dijangkau peneliti, sehingga seluruh 36 pelanggan aktif dijadikan sampel penelitian. Jumlah tersebut telah melampaui ukuran sampel minimal untuk analisis multivariat sebesar 10 kali jumlah variabel penelitian, yaitu 30 responden (Roscoe, 1975, dalam Sugiyono, 2023).

Data penelitian menggabungkan data primer dan data sekunder sesuai dengan tujuan penelitian. Data utama berasal dari kuesioner yang diisi oleh perwakilan 36 perusahaan pelanggan aktif PT Rejeki Pulau Samudera Logistik, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen perusahaan, data operasional periode 2021–2025, buku, jurnal, dan dokumen resmi tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan retensi pelanggan. Pengumpulan data dilaksanakan lewat penyebaran kuesioner, wawancara pendahuluan, dokumentasi, dan studi pustaka. Studi ini menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert enam poin (1–6), dirancang guna mengukur secara kuantitatif tiap konstruk dan indikator variabel penelitian.

Regresi linier berganda digunakan untuk menyelidiki pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan memanfaatkan IBM SPSS Statistics 26 sebagai alat pengolahan data. Pengujian instrumen mencakup validitas dengan korelasi Pearson Product Moment, sementara konsistensi internal instrumen dinilai memakai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha (ambang $\geq 0,70$ menurut Ghozali, 2021). Selain itu, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas diuji dalam analisis asumsi klasik. Uji t, uji F, dan nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melakukan uji statistik terhadap hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Hasil penyebaran kuesioner memberikan data deskriptif mengenai karakteristik responden yang dijelaskan pada bagian di bawah ini:

Tabel 1
Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	%
Laki-Laki	22	61,1
Perempuan	14	38,9
Total	36	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 2
Profil Responden Ditinjau dari Jabatan/Posisi

Jabatan/Posisi	Orang	%
Manajer Ekspor	18	50,0
Supervisor Operasional Logistik	12	33,3
Staf Ekspor	6	16,7
Total	36	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 3
Frekuensi Penggunaan Jasa Responden (1 Tahun Terakhir)

Frekuensi	Jumlah	%
1–5 kali	8	22,2
6–12 kali	15	41,7
>12 kali (rutin setiap bulan)	13	36,1
Total	36	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2026

Penyebaran kuesioner terhadap 36 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, menjabat sebagai Manajer Ekspor, dan menggunakan jasa perusahaan sebanyak 6–12 kali dalam satu tahun terakhir. Ciri-ciri tersebut mengisyaratkan bahwa responden merupakan pihak yang berwenang dan memiliki pengalaman langsung dalam menilai kualitas pelayanan operasional, citra, dan hubungan bisnis dengan PT Rejeki Pulau Samudera Logistik.

Uji Instrumen Data

Tabel 4
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r-hitung	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0,864	0,955
	KP2	0,915	
	KP3	0,804	
	KP4	0,858	

Citra Perusahaan (X2)	KP5	0,873	0,908
	KP6	0,793	
	KP7	0,785	
	KP8	0,865	
	KP9	0,889	
	KP10	0,799	
	CP1	0,797	
	CP2	0,735	
	CP3	0,844	
	CP4	0,709	
Retensi Pelanggan (Y)	CP5	0,772	0,909
	CP6	0,778	
	CP7	0,834	
	CP8	0,775	
	RP1	0,782	
	RP2	0,808	
	RP3	0,793	
	RP4	0,802	
	RP5	0,811	
	RP6	0,820	
	RP7	0,631	
	RP8	0,827	

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh indikator Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Retensi Pelanggan memenuhi kriteria validitas, ditandai dengan nilai r-hitung yang berada di atas r-tabel sebesar 0,329 ($n=36$, $\alpha=5\%$). Mengacu pada Ghozali (2021), instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha mencapai $\geq 0,70$. Nilai alpha masing-masing variabel sebesar 0,955, 0,908, dan 0,909, sehingga ketiga variabel tersebut memenuhi kriteria reliabilitas dan dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5
Ringkasan Pengujian Asumsi Klasik

Normalitas	Multikolinearitas	Heteroskedastisitas
Data residual berdistribusi normal (Sig. K-S = 0,200 > 0,05)	Tidak terdapat gejala multikolinearitas (Tolerance = 0,926 > 0,10; VIF = 1,080 < 10)	Tidak terjadi heteroskedastisitas (Sig. Glejser = 0,874 dan 0,681 > 0,05)

Sumber: Data primer diolah, 2026

Hasil analisis atas pemenuhan asumsi klasik dijelaskan sebagai berikut. Pada uji normalitas, nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 ($>0,05$), disertai pola residual pada grafik Normal P-P Plot dan histogram yang mengikuti distribusi normal, sehingga persyaratan normalitas telah terpenuhi. Pada uji multikolinearitas, kedua variabel independen memperoleh Tolerance sebesar 0,926 ($>0,10$) dan VIF sebesar 1,080 (<10), yang menegaskan tidak adanya indikasi multikolinearitas dalam model sehingga kedua variabel bebas layak digunakan secara bersamaan. Pada uji heteroskedastisitas, titik-titik pada

scatterplot tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, dan pengujian Glejser menghasilkan signifikansi 0,874 untuk Kualitas Pelayanan serta 0,681 untuk Citra Perusahaan, yang keduanya berada di atas 0,05, sehingga model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Signifikansi Simultan melalui Uji Statistik F

Tabel 6

Uji F: Kontribusi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Retensi Pelanggan (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	783,720	2	391,860	26,268	0,000
Residual	492,280	33	14,918		
Total	1276,000	35			

Sumber: Data primer diolah, 2026

Uji F pada Tabel 6 menghasilkan F-hitung sebesar 26,268, lebih besar daripada F-tabel 3,28, dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Angka tersebut menegaskan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap retensi pelanggan, sehingga H3 diterima. Dengan demikian, persamaan regresi yang digunakan memenuhi kriteria kelayakan (fit) dan dapat digunakan untuk menerangkan perubahan pada variabel terikat.

Uji Statistik t (Uji Parsial)

Tabel 7

Uji t: Signifikansi Parsial Variabel Bebas terhadap Retensi Pelanggan (Coefficients)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,321	4,388		0,985	0,332
Kualitas Pelayanan	0,391	0,073	0,597	5,316	0,000
Citra Perusahaan	0,363	0,110	0,370	3,292	0,002

Sumber: Data primer diolah, 2026

Pengujian parsial pada variabel Kualitas Pelayanan menghasilkan t-hitung sebesar 5,316, lebih tinggi daripada t-tabel 1,692, dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Perolehan tersebut membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Retensi Pelanggan, sehingga H1 diterima. Temuan ini dapat dijelaskan melalui Service-Dominant Logic: kualitas pelayanan bukan sekadar output yang diberikan perusahaan, melainkan bagian dari proses interaksi (value co-creation) antara perusahaan dan pelanggan selama pengurusan dokumen, koordinasi kegiatan logistik, dan penyelesaian kendala operasional. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sinambela et al. (2022), Maladi et al. (2019), Salamah et al. (2022), serta William et al. (2025), meski berbeda dengan Hadi dan Prakosa (2022) yang menemukan perceived value dan switching barrier sebagai faktor lebih dominan pada konteks

penelitian mereka — perbedaan ini mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap retensi bersifat kontekstual.

Pada pengujian variabel Citra Perusahaan, t-hitung mencapai 3,292, sedangkan t-tabel berada pada angka 1,692. Signifikansi sebesar 0,002 ($<0,05$) memperkuat adanya pengaruh positif dan signifikan Citra Perusahaan terhadap Retensi Pelanggan, sehingga H2 turut memperoleh dukungan empiris. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pelanggan terhadap profesionalitas, kredibilitas, dan reputasi PT Rejeki Pulau Samudera Logistik, semakin besar pula kecenderungan pelanggan mempertahankan hubungan bisnis. Temuan ini sejalan dengan Leong et al. (2022) yang menegaskan peran citra perusahaan sebagai enabler retensi, dan Saputro dan Astuti (2025) yang menemukan pengaruh serupa pada konteks perusahaan logistik.

Tabel 8
Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Retensi Pelanggan (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,784	0,614	0,591	3,862	1,902

Sumber: Data primer diolah, 2026

Koefisien determinasi menunjukkan R Square sebesar 0,614, sehingga model mampu menerangkan 61,4% variasi Retensi Pelanggan melalui kedua variabel bebas yang digunakan. Setelah mempertimbangkan jumlah prediktor, Adjusted R Square berada pada angka 0,591, yang berarti 59,1% variasi Retensi Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, sedangkan 40,9% sisanya berkaitan dengan determinan lain yang tidak tercakup dalam model. Nilai Beta terstandarisasi Kualitas Pelayanan (0,597) lebih tinggi daripada Citra Perusahaan (0,370), menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang relatif lebih dominan dalam menjelaskan Retensi Pelanggan pada model penelitian ini.

PENUTUP

Penelitian ini mengkaji keterkaitan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan dengan Retensi Pelanggan pada PT Rejeki Pulau Samudera Logistik dengan melibatkan 36 pelanggan aktif melalui teknik sampling jenuh (total sampling) dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Pelanggan ($t = 5,316$; $\text{sig.} = 0,000$), demikian pula Citra Perusahaan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Pelanggan ($t = 3,292$; $\text{sig.} = 0,002$). Secara simultan, kedua variabel tersebut turut berpengaruh signifikan terhadap Retensi Pelanggan ($F = 26,268$; $\text{sig.} = 0,000$), dengan model penelitian mampu menerangkan 59,1% variasi Retensi Pelanggan sementara 40,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kualitas pelayanan dan citra perusahaan merupakan unsur penting dalam mendorong retensi pelanggan PT Rejeki Pulau Samudera Logistik,

sejalan dengan perspektif Service-Dominant Logic yang memandang retensi sebagai hasil dari proses penciptaan nilai bersama antara penyedia jasa dan pelanggan.

Secara manajerial, temuan ini mengisyaratkan agar PT Rejeki Pulau Samudera Logistik mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan karena variabel ini memiliki pengaruh relatif paling dominan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengurusan dokumen ekspor, kecepatan penyampaian informasi mengenai perubahan vessel schedule, serta respons terhadap kendala operasional pelanggan. Di samping itu, perusahaan juga disarankan memperkuat citra perusahaan melalui konsistensi identitas perusahaan, komunikasi yang profesional dan transparan, serta tanggung jawab ketika terjadi kendala dalam proses pelayanan, sehingga hubungan bisnis dengan pelanggan B2B dapat berlangsung secara berkesinambungan.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, penelitian ini hanya membahas pelanggan aktif PT Rejeki Pulau Samudera Logistik pada tahun 2025, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh perusahaan EMKL atau freight forwarding lain yang memiliki karakteristik pelanggan, skala usaha, atau kondisi operasional berbeda. Kedua, penelitian menggunakan desain cross-sectional dengan pengumpulan data pada satu periode, sehingga belum dapat menggambarkan perubahan persepsi pelanggan dan pola retensi secara longitudinal dari waktu ke waktu. Ketiga, karena penelitian hanya menggunakan dua variabel independen, proporsi sebesar 40,9% belum dapat diterangkan melalui variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Keempat, penggunaan pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner self-report membuat data yang terkumpul bergantung pada persepsi dan kondisi subjektif masing-masing responden. Merujuk pada keterbatasan tersebut, riset mendatang disarankan memasukkan faktor lain seperti kepuasan pelanggan, perceived value, dan switching barrier, sekaligus memperluas cakupan objek penelitian pada beberapa perusahaan EMKL atau freight forwarding lain serta mempertimbangkan desain longitudinal.

DAFTAR PUSTAKA

- Edward, M., & Sahadev, S. (2011). Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(3), 327–345. <https://doi.org/10.1108/13555851111143240>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, F. K., & Prakosa, A. (2022). Pengaruh service quality, perceived value dan switching barrier terhadap customer retention. *Jurnal Pustaka Manajemen*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.186>
- Harrison, S. (2000). *Public relations: An introduction* (2nd ed.). Thomson Learning.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Le Minh, T., Ngo, V. M., Nguyen, N. T. H., Thai, M. N. N., & Truong, N. T. (2024). Logistics service quality, customer satisfaction and retention: Moderating effects of technological capability. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 13(5), 163. <https://doi.org/10.36941/ajis-2024-0158>

- Leong, V. S., Hj Ahady, D. M., & Muhamad, N. (2022). Corporate image as an enabler of customer retention. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(3), 486–503. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-08-2021-0115>
- Maladi, M., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). The impact of service quality, company image and switching barrier on customer retention: Mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(2), 57–64. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i2.567>
- Ritan, P. P., & Yoestini. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran dengan penetrasi pasar dan inovasi produk sebagai variabel intervening (Studi pada usaha ekspedisi). *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(4), 27–44. <https://doi.org/10.56444/soshumdik.v4i4.3159>
- Salamah, A. A., Hassan, S., Aljaafreh, A., Zabadi, W. A., AlQudah, M. A., Hayat, N., Al Mamun, A., & Kanesan, T. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: Using a hybrid SEM-neural network analysis approach. *Heliyon*, 8(9), e10570. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10570>
- Saputro, R. A., & Astuti, R. D. (2025). The effect of attribute performance and corporate brand image on retention and willingness to pay premium prices in energy logistics service providers in Indonesia. *Eduvest*, 5(1), 220–239. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i1.1615>
- Sinambela, E. A., Retnowati, E., Ernawati, E., Lestari, U. P., & Munir, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap retensi pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Journal of Business and Halal Horizon*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.73>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 3). Alfabeta.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- William, A. A., Widayatmoko, & Setyanto, E. (2025). The influence of service quality, trust, and corporate image on customer retention. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(1), 54–63.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.