

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Padang Panjang

Habibur Rusdi¹, Sri Widaningsih S.Psi.,MM²

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
Habiburrusdi024@gmail.com, Sri@tass.telkomuniversity.ac.id.

Abstract.

There are many competitors in the field of mail delivery services and goods delivery, so that PT Pos is experiencing a decline in customers. This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Long Field Post. By using quantitative methods obtained by distributing questionnaires directly to respondents, namely customers of the Padang Panjang post office. Data analysis in this study used validity, reliability, classic assumption tests (normality test, heteroscedasticity test), coefficient of determination R², t test, f test. The overall data analysis used SPSS statistics 22. The results of this study lead to that: service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Padang Panjang Post Office

Keywords : service quality, customer satisfaction

Abstrak

Banyaknya pesaing dalam bidang jasa pengiriman surat-menyurat maupun pengiriman barang, Sehingga PT Pos mengalami penurunan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Padang Panjang. Dengan menggunakan metode kuantitatif yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yaitu pelanggan kantor pos Padang Panjang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas), koefisien determinasi R², Uji t, Uji f, Adapun keseluruhan analisis data menggunakan SPSS statistic 22. Hasil penelitian ini menimbulkan bahwa : kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Padang Panjang.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN



Gambar 1. 1 Logo Kantor Pos Indonesia

Kantor Pos Padang Panjang adalah salah satu cabang PT. Pos Indonesia yang berada di Kota Padang Panjang Dan dengan berkembangnya jaman, Pos Indonesia selalu meningkatkan layanan nya seperti menjadi layanan pengiriman terpercaya, menjadi kekuatan logistik dan *E-Commerce* Indonesia, mendukung kemudahan akses finansial dan menjadi inovator digital.

Hingga tahun 2019 Pos Indonesia melakukan terobosan baru dalam mengantisipasi era perubahan zaman sebagai bentuk memperkuat layanan dan untuk memberikan kemudahan kepada anggota maupun konsumen Pos Indonesia, yaitu mengeluarkan Pos Giro Mobile sebagai alat pembayaran online atau bisa disebut juga *e-money*. Selain itu pos indonesia juga memiliki tim baru yang khusus untuk menjadi *sales* penjualan yang bernama Oranger Mobile, dengan mitra tersebut pos indonesia mengharapkan bauran promosi nya menjadi lebih luas dan meningkatkan pendapat Pos Indonesia

Kantor Pos Padang Panjang merupakan salah satu cabang PT.Pos Indonesia yang tersebar di setiap kota/kabupaten di indonesia, dan PT Pos Indonesia mempunyai beberapa cabang juga di kabupaten batusangkar. Kantor Pos Padang Panjang pun mempunyai tim pemasaran khusus yang diberi nama Orange Mobile, Mereka bertugas untuk memasarkan produk dari Pos indonesia dan mempunyai lingkup penjualan yaitu pemasaran serta penjualan produk jasa kurir pada segmen ritel seperti online shop yang menggunakan pengiriman paket yakni jasa Pos Express dengan batas waktu pengiriman maksimal H+1 dan Pos Kilah Khusus dengan jarak tempuh 2 hari untuk di dalam pulau Sumatera dan maksimal 4 hari untuk pengiriman ke luar pulau Sumatera. Selain itu Kantor Pos Padang Panjang juga bisa melayani berbagai pembayaran seperti pembayaran listrik, pembayaran air, pembayaran pajak, Pembayaran tagihan online, Pembelian pulsa, DLL.

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang datang dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak saat itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, Maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan (posindonesia, 2016).

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Girp), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selamat 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (posindonesia,2017).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan insfrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantorpos online, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat (posindonesia, 2017).

Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada Kantor Pos Padang Panjang

II. TINJAUAN LITERATUR

Pemasaran

Menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dan Anastasia (2016:3) pemasaran adalah aktivitas, serangkaian intuisi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (offerings) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum

Pemasaran Jasa

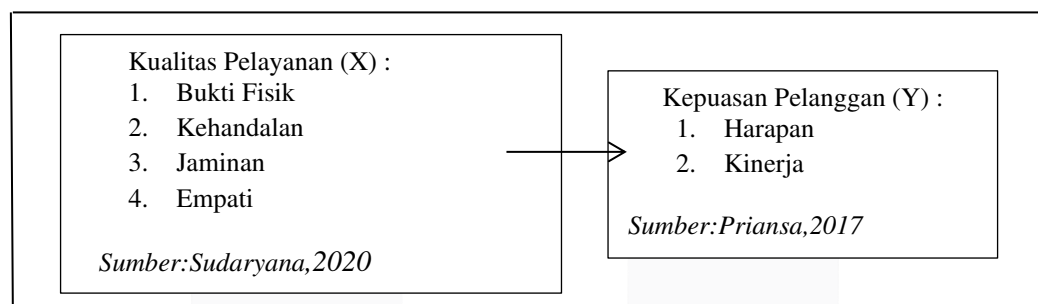
Menurut Lovelock dan Wirtz dalam Priansa (2017:67) pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan konsumennya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dan Wright (2011) yang dikutip Priansa menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Sirojudin, desti nurwidiawati, 2021) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan bersaing.



Gambar 4. Kerangka Hipotesis

Kerangka hipotesis dalam penelitian ini disajikan dalam Gambar 3. Berdasarkan tujuan dari penelitian, teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh pelanggan Kantor Pos Padang Panjang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik sampling purposive dimana menurut (Sugiyono, 2019) teknik *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini setiap variabel diukur dengan menggunakan alat ukur berupa pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner online yang dibagikan langsung kepada Pelanggan Kantor Pos Padang Panjang. Setiap variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran berupa kuesioner dengan skala Ordinal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap 100 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (45%) dan sisanya laki-laki (55%). Mayoritas responden (21%) berusia antara 25 sampai 30 tahun, (19%) berusia 32 sampai 35 tahun, (34%) berusia 36 sampai 40 tahun, dan (23%) berusia 41 sampai 50 tahun. mayoritas responden (2%) berprofesi Wiraswasta, (4%) berprofesi Mahasiswa, (34%) berprofesi Pegawai Negeri, (57%) berprofesi Pegawai Swasta, dan (2%) berprofesi lainnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*, yaitu sebagai berikut: Hasil uji normalitas menunjukkan nilai statistik Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.200 dengan nilai probabilitas 0,200. $> 0,05$, menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Glejser Test*, yaitu sebagai berikut: hasil signifikansi (*pvalue*) pada masing-masing variabel *independent* > 0.05 , sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kantor pos padang panjang. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *t*-hitung dengan *t*-tabel (12.392) dan juga melihat nilai signifikansi ($< 0,05$) dari pengaruh antar variabel

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda (Uji t) Pada Chatime

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.652	1.241		2.137	.035
	Kualitas Pelayanan	.304	.024	.781	12.391	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh thitung sebesar 12.391 (thitung 12.391 $>$ ttabel 1.984) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Padang Panjang.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa baik variabel bebas (X) menjelaskan variabel terikat (Y). apabila koefisien determinasi semakin mendekat satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) (Sugiyono, 2016).

Tabel 3. Hasil Uji F

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.606	2.35834
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan hasil Uji F pada Tabel 3, nilai rsquare diperoleh hasil sebesar 0.610 atau 61.0%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 61.0% kontribusi pengaruh dari variabel *independent* kualitas pelayanan terhadap variabel *dependent* kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 39.0%% merupakan kontribusi pengaruh terhadap variabel *dependent* kepuasan pelanggan dari variabel lain diluar penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Padang Panjang", maka diperoleh kesimpulan, bahwa bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Padang Panjang, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh thitung sebesar 12.391 (thitung 12.391 > ttabel 1.984) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 (0.000 < 0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61.0%.

REFERENSI

- Gennie, T. A., & Sulistyani, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Di Hotel Travelodge Batam. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 1-13.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hidayati, E. (2018). Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt. pos indonesia (persero) kantor pos lawang). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 81-90.
- Kotler, K., & Keller, K. L.(2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Nurullaili, N., & Wijayanto, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Rahayu, S. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan minuman jamugendong di surakarta. *BHIRAWA*, 2(2), 52-62.
- TOTON, T., & Sukma, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan produk sim card flexi trendy pada PT. Telkom di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 3(1), 111821.
- Widadi, R. H. S., & Wadji, F.(2015). Faktor-faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan klinik sarafrumah sakit jiwa daerah dr rm soedjarwadi. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 17(1), 28-37