



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA CABANG BETUNG

DISUSUN OLEH :

NAMA : HENDI PRABOWO
NIM : 19.11.365
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI NEGARA

ABSTRACT

Hendi Prabowo, 2023. Thesis title The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia Betung Branch. Department of State Administration (STIA) Satya Negara Palembang. Main supervisor (I) Mr. Tarmizi Endrianto, S.Sos., M.Si and Mrs. Hj. Citra Iasha, S.Psi., M.Si as accompanying supervisor (II).

This research is motivated by a phenomenon that shows the influence of service quality on customer satisfaction. This can be seen from the fact that there are still complaints about inadequate service. The purpose of this research is to determine the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Betung Branch.

The type of research used is a quantitative method. The hypothesis in this research is that there is a significant influence between service quality and customer satisfaction. Data collection techniques use questionnaires, observation, interviews and documentation. The total research sample was 100 customers.

The results of this research were calculated using SPSS Version 22.0 to show the influence of service quality variables on customer satisfaction at Pt. Pos Indonesia Betung branch, it can be seen from the results of the coefficient of determination test that the correlation (R) is 0.721, which means there is a strong relationship between the independent variable (X) and the dependent variable (Y) because the R value is close to 1. This shows the greater the value. X, the greater the Y value. Meanwhile, the R² (R Square) value is 0.519, which means that 51.9% of customer satisfaction is influenced by service quality variables. The remaining 48.1% is influenced by variables that have not been examined in this research.

Keywords: *Service Quality and Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, banyak perusahaan jasa yang berkembang sangat pesat didalam negeri maupun internasional. Persaingan untuk menjadi



yang terbaik pun menjadi mutlak yang harus dicapai agar perusahaan dapat bertahan. Hal ini juga berlaku bagi perusahaan jasa pengiriman di Indonesia. Menurut Cahyana Tujuan utama perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen. Pelayanan prima suatu perusahaan dinilai baik apabila pemakaian produk atau jasa selalu mendapatkan kepuasan dan dari kepuasan itulah harapan konsumen akan terus loyal terhadap perusahaan. Saat ini seringkali ditemui konsumen memutuskan untuk tidak menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan jasa bahkan memutuskan hubungan dengan pemberi jasa tersebut karena rendahnya kualitas pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan jasa tersebut.

Berbicara mengenai perusahaan jasa, adapun menurut Christian Gronross, perusahaan jasa merupakan perusahaan yang kegiatannya terdiri dengan serangkaian aktivitas intangible yang timbul antara pegawai jasa dan pelanggan untuk mengatasi keperluan yang dibutuhkan oleh pelanggan atau customer. Perusahaan jasa ada untuk memenuhi kebutuhan yang ada di pasaran. Jika suatu perusahaan mampu menyediakan pelayanan yang dapat membantu dan

memenuhi kebutuhan konsumennya dengan baik, maka akan lebih banyak para konsumen yang ingin menggunakan jasanya.

Berkembangnya jumlah perusahaan jasa di Indonesia menjadikan masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan perusahaan jasa mana yang akan mereka pilih. Masyarakat akan memilih perusahaan jasa yang mereka pandang memberi kepuasan maksimal bagi mereka. Itu alasannya setiap perusahaan jasa hendaknya berorientasi pada kepuasan konsumen untuk dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Kepuasan konsumen sendiri dapat dipengaruhi oleh

beberapa faktor seperti kualitas produk dan jasa, kualitas pelayanan dan emosional. Adanya perkembangan yang pesat pada jasa ekspedisi mendorong tumbuhnya persaingan antara penyedia jasa ekspedisi, sehingga perusahaan perlu menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen.

Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri. Menurut Widjaja, kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru dibanding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai. Kotler dan Keller, juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja barang sesuai dengan harapan pelanggan setelah pembelian. Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan membandingkan setiap harapan yang diinginkan dengan kualitas pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Tjiptono, Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk



memenuhi keinginan konsumen. Kriteria dalam menentukan kualitas pelayanan dikembalikan kepada konsumen sendiri, pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan akan dimulai dari bagaimana pemberi pelayanan itu dapat memenuhi harapa konsumen, dilanjutkan dengan bagaimana pemberi pelayanan maenampilkan performanya. Tujuan utama perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen. Pelayanan prima suatu perusahaan dinilai baik apabila pelanggan atau nasabah pemakai produk atau jasa selalu mendapatkan kepuasan. Ada beberapa faktor kriteria penilaian kualitas pelayanan yaitu kriteria berwujud , kehandalan , responsive , jaminan dan empati .

Kehandalan adalah kemampuan perusahaan maupun karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sejak awal secara tepat, cepat, akurat dan meyakinkan. Daya tanggap adalah untuk merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan. Jaminan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap layanan dan kepercayaan yang diberikan pada konsumen. Empati adalah sikap dan perhatian yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen. Berwujud adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan.

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan . Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebetuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin suatu ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk

memahami dengan seksama harapan dari pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang dihasilkan oleh penyedia jasa sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang hubungan yang terjalin dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pelayanan yang menyenangkan dan menghilangkan perasaan yang membosankan. Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen telah diteliti oleh sejumlah peneliti sebelumnya. Pernyataan ini didukung oleh sejumlah penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benarbenar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kotler dan Keller , kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau



persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelanggan yang mengomunikasikan dan menikmati jasa perusahaan, sehingga mereka yang menentukan kualitas jasa. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan. Secara etimologis, pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan/mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai: Perihal/cara melayani; Servis/jasa; Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Maka dari uraian tersebut, maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Sebagaimana yang kita kenal, PT Pos Indonesia adalah perusahaan yang ada sejak lama dan mempunyai keistimewaan di bidang popularitas karena sudah dikenal lebih dulu oleh masyarakat luas. Walaupun hanya dengan modal lebih banyaknya pengalaman, tapi jika tidak mampu membuat peningkatan dan menciptakan keunggulan dalam pelayanan, tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut makin lama makin dilupakan oleh konsumen, mengingat saat ini makin banyak bermunculan perusahaan jasa pesaing yang juga mampu menarik perhatian masyarakat. Adanya perusahaan-perusahaan pesaing dalam bidang jasa pengiriman barang yang kini juga sukses dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan berbagai keunggulan, membuat PT Pos Indonesia yang awalnya merupakan andalan utama dalam pengiriman pos atau barang menjadi terpinggirkan dan tersaingi oleh kompetitor.

Untuk menghadapi para pesaing, PT Pos telah berupaya untuk menciptakan inovasi dalam tingkat pelayanan sehingga kembali menjadi opsi utama bagi konsumennya. Seperti yang kita ketahui, PT Pos Indonesia adalah perusahaan jasa tertua dan telah beroperasi di seluruh Indonesia, yang dimana hal itu bisa saja menjadi salah satu kelebihan tersendiri karena para pesaing tidak mempunyai cabang perusahaan sebanyak PT Pos Indonesia. Namun pada kenyataannya, PT Pos kini masih saja kalah saing dari perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. PT. Pos Indonesia merupakan salah satu BUMN yang berbentuk Perseroan Terbatas yang modal atau sahamnya paling sedikit 51% dimiliki oleh pemerintah, yang tujuannya mengejar keuntungan. Pos Indonesia memiliki sejarah yang cukup tinggi dalam membangun komunikasi sosial dan kultural di Indonesia. Namun, dalam pelaksanaan pembangunan nasional itu sendiri tidak dapat dipisahkan dari perkembangan dunia. Situasi internasional,



baik situasi politik, keamanan maupun ekonomi, akan sangat mempengaruhi perkembangan kehidupan bangsa Indonesia secara langsung maupun tidak langsung, dan harus secara sungguh-sungguh diperhatikan serta diusahakan untuk mengantisipasinya.

Dalam perkembangan ekonomi dunia seperti saat ini pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu globalisasi, kelompok ekonomi dan pasar, teknologi, pergeseran peran, dan deregulasi. Kondisi tersebut telah membawa dampak terhadap peningkatan lalu lintas barang, orang dan informasi antar negara dengan intensitas yang lebih tinggi, antara lain berkat dukungan teknologi telekomunikasi dan informatika yang serba canggih. Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara yang mengemban misi layanan jasa pos Indonesia, saat ini sedang dihadapkan kepada perubahan lingkungan usaha sebagai akibat yang muncul dan dipengaruhi oleh berbagai faktor di atas.

Namun seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi yang terjadi seperti adanya mesin fax, telepon, handphone, dan internet membuat penyampaian pesan begitu mudah dan praktis, sehingga mempengaruhi kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia dalam pelayanan pos kepada masyarakat. Artinya PT. Pos Indonesia dalam pelaksanaan jasa pos menghadapi persaingan usaha dengan pihak jasa kurir lainnya seperti JNE, Titipan Kilat, Kalstar, dan lain-lain, yang tentunya mengedepankan pemberian kualitas pelayanannya kepada masyarakat pengguna layanan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi terutama internet memicu pertumbuhan jumlah pengguna e-commerce, yang menjadi trend di Indonesia saat ini, salah satunya adalah jual beli online. Karena jarak antara penjual dan pembeli tidak selalu dekat, maka disinilah jasa pengiriman berperan penting. Jasa pengiriman adalah segala upaya yang

diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, maka PT. Pos Indonesia melakukan perbaikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, menciptakan inovasi-inovasi pelayanan jasa yang lebih efektif dan efisien untuk konsumen.

Perbaikan pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia dapat menciptakan kepuasan konsumen. Sehingga konsumen kembali menggunakan layanan jasa pengiriman pada PT. Pos Indonesia. Pemikiran konsumen menjadi dasar seorang konsumen dalam memilih suatu jasa pengiriman. Semakin tinggi pemikiran konsumen, akan membuat konsumen tertarik untuk memilih jasa pengiriman yang lebih efektif dan efisien.

Selain adanya persaingan usaha jasa dalam pelayanan pos, dalam pelaksanaan dan perkembangannya pos sekarang ini banyak masyarakat yang mempertanyakan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang dirasa belum maksimal. Pertanyaan tersebut timbul karena adanya keterlambatan pengiriman surat dan paket, kerusakan dan kehilangan barang kiriman, ongkos pengiriman yang mahal, serta sikap pegawai yang terlalu kaku. Hal ini tentu saja merupakan satu fenomena yang menunjukkan bahwa Pt. Pos Indonesia belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam.

Keluhahan pelanggan merupakan ungkapan dari ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen, keluhan pelanggan adalah hal yang tidak dapat dianggap remeh karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen. Menurut sangadjil dan sopiah keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan



produk yang ditawarkan maupun pelayanan. Keluhan pelanggan membutuhkan penanggulangan segera agar perusahaan dapat mengatasi dengan cepat apa yang menjadi penyebab ketidaksukaan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan suatu umpan balik dari konsumen yang telah menggunakan produk maupun jasa dari suatu perusahaan, salah satu perusahaan yang berupaya untuk memaksimalkan layanan keluhan pelanggan adalah PT. Pos Indonesia.

Dari uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti dapatkan adalah bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dituliskan, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan semoga peneliti ini akan memberikan manfaat yang baik untuk orang lain yang membutuhkan, baik secara tertulis maupun dalam prakteknya dimasa yang akan datang, antara lain :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pt. Pos Indonesia Cabang Betung
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan bagi berbagai pihak khususnya kepada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung sehingga dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Bagi STIA Satya Negara Palembang
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi akademik dan dapat dijadikan referensi dalam pengkajian masalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bagi peneliti selanjutnya.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Oleh karena itu, setiap penelitian yang dilakukan memiliki suatu hipotesis atau jawaban sementara terhadap penelitian yang dilakukan dari hipotesis tersebut akan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut benar adanya atau tidak benar. Adapun hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut :

- a. H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Pt. Pos Indonesia Cabang Betung.
- b. H_o : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Pt Pos Indonesia Cabang Betung

1.5 Kriteria Penguji Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2016:21) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis akan ditolak jika salah atau palsu dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil peyelidikan



terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t (Uji Parsial). Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variable bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikatnya. Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini: Adapun untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan, menurut Sugiyono (2012:13) maka dilakukan uji *Signifikan* dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah responden uji coba

Dengan pertimbangan sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X dan Y

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X dan Y

Ho diterima (Ha ditolak) apabila t hitung < t tabel

Ho ditolak (Ha diterima) apabila t hitung > t tabel

Gambar 1.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis



B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan

Pelayanan (Costumer Service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesenambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak yang lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik. Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lainnya sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar manajemen dapat direncanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar



hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.

Bentuk – Bentuk Layanan

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.

1. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang- bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

2. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatanganan, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

3. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

Dasar – Dasar Pelayanan

Seorang karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka seorang karyawan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumennya. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu:

1. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi.
2. Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
6. Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap terbaik dimata konsumennya. Konsumen pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, pelayanan yang baik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan konsumen dapat diberikan secara maksimal.

Adapun pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik Karena konsumen ingin dilayani prima, maka dalam melayani konsumen perlu diperhatikan sarana dan prasarana yang disediakan.
2. Tersedia karyawan yang baik
Kenyamanan yang didapatkan pelanggan bergantung pada sikap pegawai atau karyawan yang melayani. Oleh karena itu pegawai harus ramah, sopan, murah senyum, pandai berbicara, menyenangkan, dan pintar
3. Bertanggung jawab kepada konsumen sejak awal hingga akhir Selama menjalani prosedur pelayanan, pegawai dituntut agar mampu melayani dari awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat Saat melakukan pelayanan pegawai diharapkan mengikuti prosedur dengan benar yaitu memberikan layanan sesuai dengan jadwal dan tidak membuat kesalahan sehingga pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.
5. Mampu berkomunikasi Pegawai wajib mengerti kemauan konsumen, yang



berarti pegawai harus mampu berinteraksi menggunakan bahasa yang jelas yang gampang dipahami konsumen.

Pelayanan Publik

Pelayanan publik yang dilakukan oleh pelaksana pelayanan untuk membangun kepercayaan masyarakat harus dilaksanakan sesuai dengan harapan dan keinginan seluruh warga atau penduduk negara Indonesia mengenai peningkatan pelayanan publik yang semakin menjadi perhatian umum. Tercapainya pelayanan publik yang unggul sesuai harapan dan tuntutan era reformasi merupakan kegiatan yang harus fokus mendukung keberhasilan pelaksanaan otonomi masyarakat. Lonsdale berpandangan bahwa pelayanan publik diberikan melalui pemerintah/swasta kepada masyarakat yang pada dasarnya tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri kecuali secara kolektif. Hal itu dilakukan dalam rangka mencapai kesejahteraan sosial seluruh masyarakat (Mulyadi, 2018). Mulyadi mengatakan bahwa istilah Pelayanan Publik secara luas didefinisikan sebagai kegiatan dan objek tertentu yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum atau meningkatkan kenyamanan dan kemudahan kepada seluruh masyarakat.

Mengikuti penjelasan di atas, pelayanan publik yang diungkapkan Sadu Wasistiono dalam (Hardiyansyah, 2011) merupakan jasa disediakan oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa biaya untuk memenuhi keperluan masyarakat. Lewis dan Gilman (2005) mengemukakan bahwa pelayanan publik adalah kepercayaan publik, karena warga negara menaruh harapan mengenai pelayanan yang jujur dan mengelola sumber penghasilan dengan tepat, dan bisa dipertanggungjawabkan ke publik. Adapun kesimpulan dari pendapat para ahli di atas, bahwa pelayanan publik

adalah segala bentuk pelayanan baik berupa pelayanan jasa atau dalam bentuk barang, yang dilakukan oleh aparatur pemerintah pusat maupun daerah untuk memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Standar Pelayanan Publik

Menurut Zaenal Mukarom (2015) juga menjelaskan standar-standar pelayanan publik, antara lain:

1. Prosedur pelayanan : dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu penyelesaian : ditetapkan sejak permohonan diajukan sampai dengan selesainya pelayanan, termasuk pengaduan.
3. Biaya pelayanan : termasuk rincian biaya yang ditentukan dalam operasi pelayanan.
4. Produk pelayanan : hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan.
5. Sarana dan prasarana : tersedia sarana dan prasarana yang memadai dari pelaksana pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan : harus ditentukan dengan tepat sesuai pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan.

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan.

Kualitas Pelayanan

Nasution menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan adalah landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik Jika bisa menyediakan



barang atau jasa sesuai menggunakan cita-cita pelanggan. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh pada menaikkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi taraf kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan ialah suatu keadaan bergerak maju yg berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah bisa melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan. Dari J. Supranto, kualitas pelayanan artinya yang akan terjadi yg wajib dicapai dan dilakukan menggunakan sebuah tindakan. di mana tindakan tadi tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat serta menurut Ratminto dan Atik. Pada mana tolak ukur keberhasilan pelayanan dipengaruhi sang tingkat kepuasan penerima layanan. ada taraf kepuasan penerima layanan akan diperoleh Jika penerima menerima jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah kemampuan dalam menciptakan tingkat keunggulan bersaing yang mumpuni guna memperkecil bahkan menghilangkan jarak antara harapan dengan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima, dimana hal ini dapat diukur dengan 5 indikator (Tjiptono, 2012). Adapun indikator yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Sarana fisik (*Tangibles*) yaitu penampilan luar dari service quality yang dapat berupa fasilitas fisik, peralatan, personalia dan komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan service yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya. Pelayanan harus tepat waktu dalam spesifikasi yang sama (tidak

berubah), tanpa kesalahan kapan saja pelayanan diberikan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kerelaan untuk membantu pelanggan dan memberikan service yang tepat. Pelanggan yang menunggu terlalu lama akan memberikan respon yang negatif terhadap service quality perusahaan.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman atau terjamin.
5. Empati (*Empathy*) yaitu perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pelanggan.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan public serta kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi



ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan (Fikri & Ritonga, 2017), sebagai berikut :

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek mutu suatu produk dapat diukur. Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk, di samping itu, pengukur aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis, yaitu untuk mengetahui dengan baik bagaimana jalannya proses bisnis, mengetahui dimana harus melakukan perbaikan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan, serta dapat bermanfaat untuk menentukan apakah

perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (Yuliarni dan Rivasa, 2008:16).

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan masih terus mengalami perkembangan, sehingga sampai saat ini masih belum ada kesepakatan mengenai bagaimana mengukur kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, terdapat cukup banyak variasi teknik pengukuran tingkat kepuasan, mulai dari yang sangat sederhana hingga yang sangat kompleks. Salah satunya adalah indeks kepuasan pelanggan (IKP). IKP kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan menggunakan penilaian skala, adapun rumus IKP yang dapat digunakan adalah (Tjiptono, 1995:42-43) : Dimana : IKP = Indeks Kepuasan Pelanggan PP = Perceived Performance (Kinerja yang dipersepsikan) EX = Expectations (Harapan).

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler (2013) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:219) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan: sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, dan survey kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan dan akses yang mudah serta nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar dikirim melalui via pos, saluran telepon khusus bebas pulsa, website, dan lain-lain.

2. Ghost Shopping (Mystery Shopping)



Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shoppers) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan, kemudian melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3. Lost Customer Analysis

Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui survei pos, telepon, e-mail, websites, maupun wawancara langsung.

Survei Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan biasanya diperiksa menggunakan survey, melalui pos, telepon atau wawancara langsung. Perusahaan menerima umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memperhatikan pelanggannya.

C. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Dalam penelitian ini

penulis menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016). Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Populasi Dan Sample

Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (wiratama, 2014).

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa perusahaan kantor pos cabang Betung Banyuasin. Dengan karakteristik pelanggan yang memperoleh pelayanan di kantor pos Betung dalam rentan waktu Januari 2023 yaitu sebanyak 110 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang



ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, untuk menentukan sample peneliti menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Oleh karena itu, peneliti mereduksi objek penelitian dgn menggunakan sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10). Rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi 110 pelanggan

e = Taraf kesalahan 10 %

$$n = \frac{110}{1+110(0,10)^2}$$

$$n = \frac{110}{1+110(0,01)}$$

$$n = \frac{110}{1+1,1}$$

$$n = \frac{110}{1,1}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan maka dalam penelitian diperoleh sampel 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah

yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Pengertian kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada. Kuesioner juga dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur. Hal yang didapatkan melalui kuesioner adalah kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman, pengetahuan, dalam lain sebagainya yang kita peroleh dari responden. Kuesioner berbentuk daftar pertanyaan. Harapan yang diinginkan melalui penyusunan kuesioner adalah mampu mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Adapun tujuan penyusunan kuesioner adalah guna memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden. Responden bisa dengan mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan misalnya dalam bentuk membubuhkan checklist pada kolom. Selain itu, kuesioner juga memerlukan waktu yang singkat untuk menjawab pertanyaan.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Metode observasi digunakan untuk mendapatkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian atau juga dengan bantuan pegawai kantor pos cabang Betung.



3. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik wawancara digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana respon pelanggan dan pegawai tentang kualitas pelayanan yang ada di kantor pos cabang Betung

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, laporan, dan foto. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam (Noor, 2011). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto, data-data tentang kegiatan pelayanan yang ada di kantor Pos cabang Betung.

Teknik Uji Coba Instrumen

Uji Validitas

Uji coba kuesioner bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sudah mengukur apa yang harus diukur oleh alat tersebut, yaitu kuesioner. Suatu kuesioner diukur valid atau tidaknya dengan menggunakan uji validitas. Sebuah instrumen atau kuesioner yang berupa pertanyaan dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner atau instrumen dapat membuktikan hasil yang pada uji validitas tersebut (Ghozali, 2018).

Cara mengukur validitas digunakan rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(N \sum x^2) - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Jumlah Subyek

$\sum xy$ = Jumlah Perkalian antara variabel

X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai

$\sum x^2$ = Jumlah nilai X, dikuadratkan

$\sum y^2$ = Jumlah nilai Y, dikuadratkan

Alat untuk mengukur validitas adalah *korelasi product moment* dari pearson yang di proses dengan SPPSS versi 22. Uji validitas dilakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel dimana nilai r tabel diperoleh dari r product moment dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dianggap valid. Sedangkan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir pertanyaan dianggap tidak valid. Butir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir yang valid.

Uji Reliabilitas

(Ghozali, 2018) menyatakan untuk mengukur suatu konstruk atau variabel pada suatu kuesioner dapat menggunakan reliabilitas. Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas kuisisioner adalah dengan metode *Cronbach's alpha*. Kuisisioner dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari r tabel. Uji reliabilitas diperlukan untuk memastikan setiap data yang telah dikumpulkan tidak memiliki variansi kesalahan acak. Koefisien yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah *cronbach alpha*, yaitu alat ukur yang dapat dikatakan reliabel ketika *cronbach alpha* > 0,6 (Raising dan Erikania, 2019).

Pada peneliitian ini, akan dilakukan uji reliabilitas dengan koefisien *cronbach Alpha*, karena metode ini mudah dan sudah tersedia dalam program SPSS versi 22. Untuk rumus *cronbach Alpha* adalah :

$$R\alpha = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 1}\right) \times 100\%$$

Keterangan :

$R\alpha$ = Nilai Koefisien Reliabilitas *cronbach Alpha*

K = Banyaknya Butir Pertanyaan



$\sum a^2b$ = Jumlah Varians Butir

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018), Untuk mengetahui variabel independen dan dependen berdistribusi tidak normal atau normal didalam uji model regresi ini digunakanlah uji normalitas dalam pengujiannya. Model regresi yang berdistribusi normal memiliki kurva yang normal yaitu berdistribusi tidak menyamping kekanan atau kekiri. Pada penelitian ini uji Kolmogorov-Smirnov dalam aplikasi SPSS digunakan untuk melakukan pengujian normalitas data. Ketentuan pengujian uji Kolmogorov-Smirnov yaitu jika nilai signifikansi apabila angka perolehan signifikansi melebihi 0,05 maka data pada riset ini berdistribusi normal, sebaliknya apabila angka perolehan signifikansi tidak melebihi 0,05 maka data pada riset ini tidak berdistribusi normal.

2. Analisis Regresi Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2017) analisis regresi ialah analisis yang dilakukan untuk menentukan keputusan turun atau naiknya variabel terikat dapat dilakukan dengan melihat melalui peningkatan variabel bebas atau tidak. Variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan fungsional ataupun kausal yang menjadi dasar dari regresi sederhana. Untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen dapat dilakukan dengan menggunakan analisis regresi ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perumusan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/variabel yang dipengaruhi).

X = Nilai dari variabel independen (variabel bebas/variabel yang mempengaruhi variabel lain)

a = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan/penurunan)

3. Uji Hipotesis (uji t)

Menurut (Ghozali, 2018) untuk menguji apakah variabel dependen terpengaruh signifikan oleh variabel dependen secara parsial dapat menggunakan uji statistik t. Uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel independen (X) dengan Variabel dependen (Y). Uji t di rumuskan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r}$$
$$t_{tabel} = t(\alpha).(n-2)$$

dengan $\alpha = 0,05$

Dimana :

t = Observasi

r = Koefisien

n = Banyaknya Observasi

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), syaratnya jika t hitung > t tabel maka variabel independen mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel begitupun sebaliknya jika t hitung > t tabel, maka variabel independen tidak mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Kuncoro, 2013) untuk memperkirakan seberapa tinggi kapabilitas model dalam menegaskan variasi variabel terikat digunakanlah uji koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi yaitu 0 sampai dengan 1. apabila angka koefisien determinasi variabel hampir sama dengan 1 berarti kapabilitas variabel bebas dalam menghasilkan keberadaan variabel terikat semakin kuat. sedangkan Jika nilai koefisien determinasi yang hampir sama dengan angka 0 berarti kapabilitas model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Untuk melakukan uji koefisien determinasi



peneliti menggunakan SPSS version 22 for windows atau bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = nilai korelasi koefisien penentu

R = nilai korelasi

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Keputusan Negara Aparatur Negara nomor 63 Tahun 2003, pelayanan ialah semua bentuk aktivitas pelayanan yang di laksanakan oleh lembaga pemerintah di pusat, di daerah maupun di lingkungan usaha milik negara atau daerah dalam wujud barang maupun jasa dalam rancangan pemenuhan kepentingan masyarakat dan dalam rancangan pelaksanaan ketetapan peraturan prundang-undangan. Untuk mengetahui kualitas yang di rasakan nyata oleh konsumen, ada indikator : sarana fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan dan empati. Hasil yang di dapat dari kuisisioner berdasarkan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Pt.Pos cabang Betung bahwa 35.0% sangat setuju untuk pegawai memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan pelanggan, artinya pelayanan yang dilakukan oleh pegawai sudah cukup baik.

Dalam penelitian ini mengkaji tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan teori Fikri & Ritonga (2017), menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan ialah membagikan kapasitas pelayanan kepada pelanggan harus berguna untuk makin membagikan kepuasan yang maksimum kepada pelanggan, karena

dalam membagikan sebuah pelayanan harus dilakukan sesuai dengan peran dari pelayanan. Tujuan umum yang diberikannya kapasitas pelayanan yang baik ialah agar pelanggan mengharapkan kepuasan dan akan berpengaruh positif bagi perusahaan.

Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Hasil yang didapat dari kuesioner berdasarkan kepuasan pelanggan di Pt. Pos Indonesia cabang Betung menyatakan 34,0% setuju mengenai memberikan kesempatan bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka, artinya pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Pt. Pos Indonesia dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini sependapat yang dikemukakan oleh (Wostbook & Relly, 1983) dalam Tjiptono (2006:349) mengatakan bahwa merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah peroleh dan pemakainya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifikasi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung

Sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,721 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) karena nilai R mendekati angka 1. Sedangkan nilai R² sebesar 0,519 yang berarti bahwa 51,9%



variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang dirasakan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR. Montir Citayam” menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Mr. Montir Citayam. Indikator-indikator dalam variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung, diterima.

Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung, dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,721 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Sedangkan nilai R^2 (R Square)

sebesar 0,519 yang berarti 51,9% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi oleh variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. Pos Indonesia cabang Betung.

Saran

Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian, maka penulis memberikan saran dalam upaya meningkatkan pelayanan di Pt. Pos Indonesia cabang Betung dalam melayani pelanggan, pegawai saat memberikan pelayanan hendaknya memberikan pelayanan dengan baik, sesuai ketentuan dan harapan sehingga pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat, meski begitu pelayanan terhadap pelanggan masih perlu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada Pt. Pos Indonesia Cabang Betung.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Susanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. *JIMEK*, 1(1), 94-110.
- Cahyana, M. A. D., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 975-1006.
- Falah. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kantor Pos Cabang Ciawi Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 4 (1), 49-60.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap



Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*. Vol 4 No 2, 3–24.

Fikri, M. El, & Ritonga, H. M. (2017). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurman Tools*, Vol. 8(No. 2 Desember 2017), 87–94.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Mangkunegara*, Anwar Prabu. 2007 . Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Perusahaan. Refika Aditama : Bandung.

Keputusan Menteri Negara Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2003.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi (Edisi 4)*. Jakarta:

Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid I. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Sandy Aditya. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas. *Jurnal Ekonomi Keuangan Islam*,1(1), 1-16.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. *Strategi apaemasaran*. Yogyakarta.

Raising, R., & Erikania, S. (2019). Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Rumah Sakit Dan Apotek. *Jurnal Mandala Pharmacon Indonesia*, 5(1), 32-37.

Rohman, Abdur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam." Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan .2017

Sinambela, L. P. (2006). *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasinya*. Bumi Aksara.

Sinambela, L. P. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik; Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Bumi Aksara.

Suminar, R., & Apriliawati, M. (2018). Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*. Vol 4 No 2, 1–25.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Wiratama, I. K., Mara, M., & Prina, L. E. F. 2014. Pengaruh jumlah blade dan variasi panjang chord terhadap performansi turbin angin sumbu horizontal (TASH). *Dinamika Teknik Mesin*, 4(2).

Widjaja, Yani Restiani dan Irpan Nugraha. (2016). *Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.1

Yuliana, Ni Nyoman dan putu. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Denpasar : Buletin Studi Ekonomi Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007*.