

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA (*Persero*) KECAMATAN LUNANG

Andri Azis<sup>1</sup>, Khairil Aswan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

Corresponding Author: [andri.azis100299@gmail.com](mailto:andri.azis100299@gmail.com)<sup>1</sup>, [khairilaswan@akbpstie.ac.id](mailto:khairilaswan@akbpstie.ac.id)<sup>2</sup>

### Article History

Received : 07-06-2023

Revised : 14-06-2023

Accepted : 15-06-2023

**Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk**

**Keywords: Customer Satisfaction; Product Quality; Service Quality**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan melibatkan seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang, dengan jumlah partisipan sebanyak 100 orang yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Kuesioner dengan skala likert digunakan sebagai alat pengumpulan data. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang. The research employs a quantitative method and involves all customers who conduct transactions at PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang, with a total of 100 participant's selected using accidental sampling technique. A Likert scale questionnaire is utilized as the data collection tool. The collected data is analyzed using multiple linear regression tests with the assistance of IBM SPSS software version 25. The findings of this study indicate that service quality and product quality have a positive influence on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang.*

### PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan kesamaan adanya jasa produk dan jasa pelayanan yang diharapkan oleh semua pelanggan, kepuasan pelanggan sendiri merupakan pokok utama di dalam perusahaan guna mengikuti daya saing di era sekarang. Pelanggan adalah raja yang

harus dilayani, tetapi bukan berarti seluruhnya di berikan kepada pelanggan, usaha untuk memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara sama senang, dimana perusahaan dan pelanggan puas dan tidak dirugikan Atmaja et al., (2019).

Rofiah, (2015) kepuasan adalah penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan berdasarkan pada hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Sumarni, (2022) mengemukakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian Rangkuti, (2022).

Kepuasan konsumen merupakan target pada perusahaan, selain pengaruh penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan perkembangan perusahaan dalam kompetitor. Pelanggan yang puas pasti akan kembali untuk kebutuhan melakukan transaksi. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan transaksi kembali dalam porsi terbesar volume penjualan perusahaan (Indahsari, 2019).

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut. Titissari, (2017).

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki brand dan image yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup. Bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan pelanggan jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dan kualitas produk yang bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena saat ini semakin meningkat persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi.

Pada hakikatnya setiap industri jasa pengiriman paket memiliki peluang yang sama untuk dipilih jasa pengirimannya, namun demikian dengan melihat beberapa kasus pengaduan

PT. Pos Indonesia pada website lapor.go.id dapat merubah tingkat kepercayaan konsumen terhadap kinerja PT. Pos Indonesia. Disamping itu berdasarkan survey yang dilakukan oleh topbrand award jumlah konsumen yang memilih PT. Pos Indonesia hanya 6% - 11% dari jumlah pasar yang ada, hal ini dapat mengindikasikan bahwa konsumen PT. Pos Indonesia mulai beralih menggunakan jasa pengiriman lain yang dipercayainya memiliki layanan pengiriman yang lebih memuaskan. Berikut tabel 1 data top brands untuk kategori jasa kurir:

Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (PERSERO) sangat diperlukan berkaitan dengan adanya persaingan usaha jasa dalam pelayanan Pos. Dalam pelaksanaan dan perkembangannya, banyak masyarakat yang mempertanyakan kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (PERSERO) 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, seperti penolakan paket karena pembungkusan paket kiriman tidak sesuai dengan syarat yang ditentukan. Hal ini tentu saja merupakan satu fenomena yang menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia (PERSERO) belum dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam. Masalah yang perlu digaris bawahi utamanya adalah masalah pelayanan, karena dengan pelayanan yang prima dan ramah terhadap masyarakat maka kepuasan pelanggan dapat tercapai. Rofiah, (2015).

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan Tjiptono, (2016).

Pelayanan juga diartikan dengan jasa. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya. Afnina, (2018) mengemukakan arti kualitas jasa atau pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan.

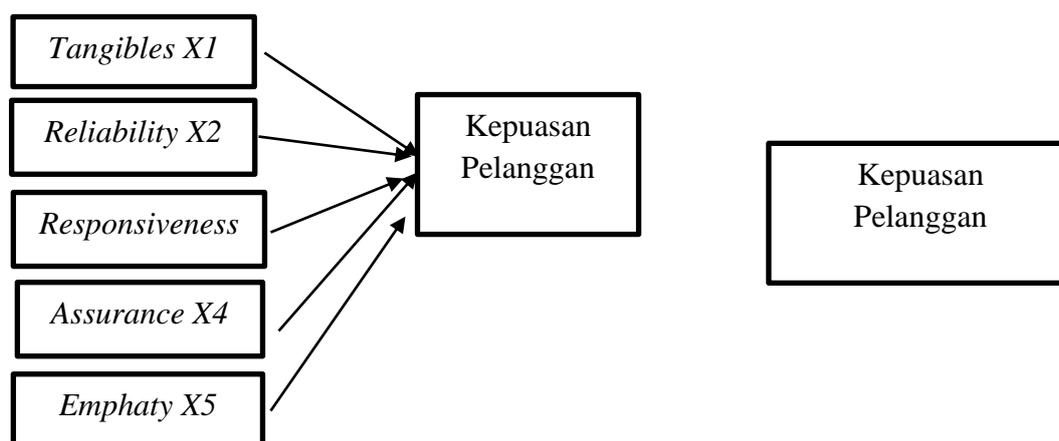
Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kembali 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. Titissari, (2017)

Selain kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk - produk yang diminati dan sesuai selera pelanggan. Produk yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan

PT. Pos Indonesia Cabang Lunang dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis, dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Lunang dirasa kurang optimal sehingga pelanggan merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Pelayanan di bagian *customer service* dirasa kurang optimal dikarenakan karyawan yang bertugas pada bagian *customer service* hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebesar 25 orang per hari ke *customer service* untuk menanyakan beberapa hal yang masih belum dimengerti atau melakukan cap stempel untuk beberapa urusan yang membutuhkan cap dari kantor pos. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 1 di *customer service* menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 10 menit hingga 20 menit untuk bertemu.

Beberapa temuan lain terkait pelayanan adalah sistem antrian di loket. Pasalnya, saat para pelanggan melakukan transaksi harus mengantri sepanjang 10 orang hingga 15 orang dengan berdiri dikarenakan tidak adanya sistem nomor antrian pada loket. Loket yang berjumlah 8 dan seharusnya buka semua untuk melayani pelanggan yang buka hanya 3 sampai 4 sehingga memperparah antrian. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia sangat disayangkan mengingat perusahaan tersebut milik negara serta PT. Pos Indonesia Cabang Lunang merupakan kantor pos pusat untuk wilayah kecamatan Lunang

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ari Kusnoto selaku kepala Kantor Pos Lunang, beliau mengatakan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki 4 layanan paket pos yaitu Paket Pos Jumbo, Paket Pos Biasa, Paket Pos Kilat dan Paket Pos Kilat Khusus. Permasalahan yang sering muncul dalam bidang pengiriman paket yaitu pelaksanaan pengiriman yang berakhir pada keterlambatan. Paket Pos Kilat Khusus yang memberikan layanan prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia dalam jaminan waktu 4 hari penyerahan kiriman yang pada pelaksanaannya terkadang terjadi hambatan yang berakhir pada keterlambatan. Permasalahan juga sering terjadi pada paket kiriman biasa ataupun paket kiriman dari atau ke luar negeri yang terkadang terhambat karena proses pemeriksaan oleh bea cukai ataupun karena wilayah yang dituju sukar untuk ditempuh yang pada akhirnya menjadi permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT Pos Indonesia itu sendiri.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan pada permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *tangibles* / bukti fisik (x1) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.
2. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *reliability*/kehandalan(x2) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.
3. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *responsivenees* / cepat tanggap (x3) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.
4. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *assurance* / jaminan (x4) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.
5. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *empahty* / empati (x5) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.
6. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk (X6) terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Lunang”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, objek penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Lunang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Lunang. Pelanggan yang dimaksud adalah seluruh pelanggan yang sesuai dengan batasan yang telah diberikan oleh peneliti sebanyak 100 orang menggunakan teknik *accidental sampling*. Jenis sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

data primer dan data sekunder. Analisa data menggunakan uji regresi linear berganda dan hipotesa menggunakan uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Skor rata-rata untuk variable bukti fisik sebesar 4,14 dan nilai TCR sebesar 82,75%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa bukti fisik di di PT .Pos Indonesia (*PERSERO*) Kecamatan Lunang dinilai sudah sanga baik, skor rata-rata untuk variabel Keandalan adalah 3,95 dan TCR sebesar 78,90% dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan di PT .Pos Indonesia (*PERSERO*) Kecamatan Lunang sudah dinilai baik, nilai rata-rata pada daya tanggap adalah 3,66 dengan nilai TCR daya tanggap sebesar 73,10% dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap karyawan sudah menunjukkan penilaian yang baik, skor rata-rata 3,76 dengan TCR jaminan sebesar 75,20% pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan yang diberikan oleh karyawan di PT .Pos Indonesia (*PERSERO*) Kecamatan Lunang sudah dapat menjanjikan keuasna bagi pelanggannya, nilai skor rata-rata pada empati adalah 3,86 dengan nilai TCR empati sebesar 77,15% dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap empati yang diberikan karyawan di PT .Pos Indonesia (*PERSERO*) Kecamatan Lunang sudah baik, nilai skor rata-rata pada kualitas produk yaitu 3,78 dengan nilai TCR kualitas produk sebesar 75,64% dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa PT .Pos Indonesia (*PERSERO*) Kecamatan Lunang sudah memiliki produk-produk yang beragam sesuai dengan masyarakat butuhkan, nilai skor rata-rata kepuasan pelanggan adalah 4,01 dengan nilai TCR 80,27% dengan kategori baik. Hal ini menegaskan bahwa pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang dengan kepuasan sudah baik.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Versi 25.0 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

**Tabel 2. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi
(Constant)	3,537
Bukti Fisik	0,239
Keandalan	0,267
Daya Tanggap	0,209
Jaminan	0,206
Empati	0,186
Kualitas Produk	0,178

*Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24.0(2023)*

Berdasarkan hasil yang terdapat pada Tabel 4.15 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6$$

$$Y = 3,537 + 0,239 + 0,267 + 0,209 + 0,206 + 0,186 + 0,178$$

Nilai konstanta sebesar 3,537, yang berarti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variable bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kualitas produk maka kepuasan pelanggan telah mencapai 3,537.

1. Koefisien regresi variabel bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,239. Hal ini berarti apabila nilai bukti fisik meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,239 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
2. Koefisien regresi variabel Keandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,267. Hal ini berarti apabila nilai Keandalan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,267 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien regresi variabel daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 0,209. Hal ini berarti apabila nilai daya tanggap meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,209 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
4. Koefisien regresi variabel jaminan ( $X_4$ ) sebesar 0,206. Hal ini berarti apabila nilai jaminan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,206 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
5. Koefisien regresi variabel empati ( $X_5$ ) sebesar 0,186. Hal ini berarti apabila nilai empati meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,186 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
6. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_6$ ) sebesar 0,178. Hal ini berarti apabila nilai kualitas produk meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,178 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

## Pengujian Hipotesa

### Uji t

Uji t berfungsi untuk menjawab hipotesa dari penelitian dengan dilambangkan dengan  $t_{hitung}$  dan membandingkan dengan  $t_{table}$ . Nilai  $t_{table}$  diperoleh dengan rumus  $n-k-1$  yaitu  $100-6-1 = 93$  dengan  $\alpha = 0,05$  diperoleh nilai  $t_{table}$  adalah 1,984. Ketentuannya jika  $t_{hitung} > t_{table}$  maka hipotesa diterima dan jika  $t_{hitung} < t_{table}$  maka hipotesa ditolak. Untuk melihat secara parsial pengaruh Keandalan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil pada uji t dengan uraian di bawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji t**

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	$t_{table}$	Keterangan
Bukti Fisik	2,142	1,984	Signifikan
Keandalan	3,324	1,984	Signifikan
Daya Tanggap	2,713	1,984	Signifikan
Jaminan	2,879	1,984	Signifikan
Empati	2,518	1,984	Signifikan
Kualitas Produk	2,191	1,984	Signifikan

*Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24.0(2023)*

Dari tabel 29 di atas dapat dilihat pengaruh variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

1. Hipotesis 1, terdapat pengaruh antara bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi bukti fisik sebesar 0,239 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,142 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

2. Hipotesis 2, terdapat pengaruh antara Keandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi Keandalan sebesar 0,267 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,324 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Keandalan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

3. Hipotesis 3, terdapat pengaruh antara daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi daya tanggap sebesar 0,209 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,713 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

4. Hipotesis 4, terdapat pengaruh antara jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi jaminan sebesar 0,206 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,879 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan

bahwa terdapat pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

5. Hipotesis 5, terdapat pengaruh antara empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi empati sebesar 0,186 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,518 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara empati terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

6. Hipotesis 6, terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_6$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Diperoleh nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,178 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,191 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2013) mengatakan bahwa koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X (bebas) atau lebih terhadap variabel Y (terikat). Berdasarkan hasil SPSS diperoleh koefisien determinasi seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 30. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 <sup>a</sup>	.356	.314	2.236

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X6), Keandalan (X2), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4), Empati (X5), Daya Tanggap (X3)

*Sumber: Olahan Data, 2023*

Berdasarkan pada tabel, hasil pengolahan data yang dapat dilihat pada tabel diperoleh hasil nilai *R square* sebesar 0,356 yang artinya 35,6% perubahan pada variabel dependen (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kualitas produk) sedangkan sisanya sebesar 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Pengaruh antara bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variable bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,142 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesis pertama ( $H_1$ ) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik bukti fisik dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Besar koefisien bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,239. Hal ini berarti apabila nilai bukti fisik meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,239 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suratno,(2016) menyatakan bahwa secara parsial atau individu variabel *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami,(2015) pada toko furniture online shop di Malaysia, menyatakan bahwa *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh antara Keandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variable Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien sebesar 0,267 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,324 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Keandalan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesis kedua ( $H_2$ ) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable Keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik bukti fisik dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi variabel Keandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,267. Hal ini berarti apabila nilai Keandalan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,267 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulistyawati,(2015) menyatakan bahwa secara parsial atau individu variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan juga penelitian Utami,(2015) menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan ketty resto di Palembang.

### **Pengaruh antara daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa variable daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,713 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesisi kedua ( $H_3$ ) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik daya tanggap dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi variabel daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 0,209. Hal ini berarti apabila nilai daya tanggap meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,209 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suratno dkk,(2016) menyatakan bahwa secara parsial atau individu variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan Utami,(2015) mereka menyatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada L'amore café di Denpasar.

### **Pengaruh antara jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, ditemukan bahwa variable jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,879 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesisi keempat ( $H_4$ ) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable jaminan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik jaminan dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi variabel jaminan ( $X_4$ ) sebesar 0,206. Hal ini berarti apabila nilai jaminan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar

0,206 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suratno dkk,(2016) menyatakan bahwa secara parsial atau individu variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan Utami,(2015) mereka menyatakan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank di Malaysia.

#### **Pengaruh antara empati (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, ditemukan bahwa variable empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,518 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara empati terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesisi kelima (H5) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable empati terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik empati dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi variabel jaminan (X<sub>4</sub>) sebesar 0,186. Hal ini berarti apabila nilai jaminan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,186 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Surya Utami,(2015) menyatakan bahwa secara parsial atau individu variabel *emphaty*berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan Utami,(2015) mereka menyatakan bahwa *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran good deal seminyak bali.

#### **Pengaruh antara kualitas produk (X<sub>6</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam, ditemukan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,178 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,191 > 1,984$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang. Maka dalam penelitian ini hipotesisi keenam (H6) **diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variable kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (persero) Lunang, maka semakin baik kualitas produk dari suatu tempat pelayanan maka hal tersebut akan meningkatkan rasa puas pelanggan pada tempat tersebut, dalam hal ini PT. Pos Indonesia (persero) Lunang dengan nilai koefisien regresi variabel jaminan (X<sub>4</sub>) sebesar 0,178. Hal ini

berarti apabila nilai kualitas produk meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,178 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suratno dkk, (2016) menyatakan bahwa secara parsial atau kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian Utami,( 2015) mereka menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan karena kualitas produk berpengaruh terhadap penentuan kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner dari waktu ke waktu. Dan dilakukan pengujian validitas untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam setiap variabel valid dan reliable.

Dalam uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas serta memiliki distribusi normal.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.
2. Keandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.
3. Daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.
4. Jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.
5. Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang.

6. Kualitas produk (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Lunang

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A. and Hastuti, Y. (2018) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), pp. 21–30. doi:10.33059/jseb.v9i1.458.
- Afrizawati (2012) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang', *Jurnal Orasi Bisnis*, VII(November), pp. 27–36.
- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20039>.
- Anggraeni, D., Kumadji, S. and Sunarti, S. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)', *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(1), pp. 171–177.
- Danang Sunyoto. (2012). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Hartinah, E. *et al.* (no date) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt.Pos Indonesia (Persero) Medan', *Ekonomi dan Bisnis* [Preprint].
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura Kampus Unijoyo Jl. Raya Telang, Po Box 2 Kamal Email: Hidayat\_Trunojoyo@Yahoo.Co.Id*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.
- Indahsari, D. M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (pertama). Unitomo Press, Surabaya, pp 61-62.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016.
- Lovenia. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Christiana Okky Augusta Lovenia*, (desember), 60.
- Nasution (2017) 'Landasan Teori Kepuasan Konsumen', (1995), pp. 13–30.
- Pangestu, B.D. (2018) 'Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Pengiriman Pos Express PT Pos Indonesia di Kota Magelang 56100)', pp. 22–26.
- Rofiah, A., Militina, T. and Suyatin (2016) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Sangatta', *Ekonomia*, 5(1), pp. 156–166.

Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/30607-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-pt-pos-indonesia-pe.pdf>.

- Respati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah, *41*(1).
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, *2*(2), 1–17.
- Sulistiyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *4*(8), 2318–2332. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/.../9991>.
- Sunarti, D. A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *51*(2), 1–7.
- Suratno, Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal Of Management*, *2*(2), 8.
- Taupik Ismail (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, *5*(1), pp. 1124–1135.
- Titissari (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kediri. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2012, Pemasaran Jasa, Bayumedia: Malang.
- Utami A. (2015). *Kualitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan ( Pengguna Apple Iphone Di Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang )*. *5*, 1–9. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Management%0Ahttps://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom/Article/View/14186](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Management%0Ahttps://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom/Article/View/14186)
- Zuraidah, E. (2021) 'Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual', *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, *8*(2), pp. 15–22. doi:10.30656/prosisko.v8i2.3702.