

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG PT. POS INDONESIA DI TULUNGAGUNG

Rindi Puji Kurniasari¹, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti²

^{1,2}Universitas Bhinneka PGRI

Corresponding Author: rindikurnia148@gmail.com¹, mariaagatha2020@gmail.com²

Article History

Received : 26-07-2023

Revised : 02-08-2023

Accepted : 04-08-2023

Kata Kunci: Harga; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan

Keywords: Customer Satisfaction; Price; Quality of Service

ABSTRAK

Bisnis *e-commerce* membuka peluang besar bagi perusahaan jasa yang menjanjikan. Tingginya permintaan masyarakat akan penggunaan jasa logistik saat ini memicu persaingan antar perusahaan sejenis, dimana perusahaan ekspedisi berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen termasuk dengan harga yang kompetitif. Fenomena tersebut menunjukkan tingkat transaksi penjualan online yang tinggi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia di Tulungagung. Dalam menggunakan kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel diperoleh dengan teknik *accidental sampling* dari populasi seluruh pengguna jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung. Pengumpulan data melalui angket dan analisis data menggunakan SPSS dengan regresi linear berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi 0,00 (<0,05). Secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi 0,00 (<0,05) sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi 0,00 (<0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung.

ABSTRACT

The e-commerce business opens up great opportunities for promising service companies. The high public demand for the use of logistics services today triggers competition between similar companies, where expedition companies are competing to improve the quality of service for consumers including at competitive prices. This phenomenon shows a high level of online sales transactions in Indonesia. This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction of PT Pos Indonesia freight forwarding service users in Tulungagung. In using quantitative with a

correlational approach. The sample was obtained by accidental sampling technique from the population of all PT Pos Indonesia delivery service users in Tulungagung. Data collection through questionnaires and data analysis using SPSS with multiple linear regression. The results of data analysis show that simultaneously, price and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance of 0.00 (<0.05). Partially, price has a significant effect on customer satisfaction with a significance of 0.00 (<0.05) while service quality has a positive effect on customer satisfaction with a significance of 0.00 (<0.05). So it can be concluded that the price and quality of service have a significant effect on customer satisfaction of PT Pos Indonesia delivery services in Tulungagung.

PENDAHULUAN

Majunya Industri pada Negara Indonesia semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang baik, perkembangannya yang di ikuti dengan kemajuan teknologi menjadikannya seleksi alamiah. Kebutuhan informasi dan komunikasi yang semakin cepat telah mendorong persaingan antar perusahaan untuk terus berkompetisi dalam menguasai pasar (Rosita, 2022). Hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan revolusi 4.0, perkembangan perusahaan jasa pengiriman semakin meningkat kebutuhannya dan mengalami banyak kemajuan (Hidayat, 2019).

Bisnis pengiriman barang di Indonesia semakin berkembang dengan pesatnya perkembangan bisnis online saat ini. Bahkan, dengan perkembangan internet, jual beli online akan menjadi lebih umum dan menjadi tren praktis dalam kehidupan di masa depan. Bisnis online bahkan mengklaim bahwa jasa pengiriman/kurir merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Jasa dipahami sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (Lupiyoadi, 2014). Kehadiran jasa kurir yang kompeten dapat mendukung kebutuhan bisnis dengan mampu mengantarkan barang ke pelanggan baik dekat lokasi maupun jauh dari daerah, sehingga dapat memperluas wilayah pasarnya yang otomatis meningkatkan keuntungan perusahaan (Putri & Firdaus, 2020).

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan besar yang bergerak pada jasa pengiriman, misalnya PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia adalah bagian dari Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa layanan pengiriman barang atau kurir. Berdasarkan data Top Brand Index Indonesia Tahun 2019-2021, PT Pos Indonesia mengalami peningkatan pelanggan dari tahun 2019-2021 namun jumlah pelanggan PT Pos Indonesia masih kalah dibandingkan jasa pengiriman lain yang notabene dikelola oleh swasta. Rendahnya jumlah pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Wawancara pra-penelitian menemukan adanya beberapa keluhan konsumen PT Pos Indonesia di Tulungagung, diantaranya keterlambatan pengiriman, tingginya harga, kerusakan barang,

salah alamat pengiriman, salah jalur pengiriman bahkan salah resi. Banyaknya keluhan menunjukkan bahwa masih kurangnya kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia.

Table 1 Jumlah Konsumen Jasa Kirim

Brand	Tahun		
	2019	2020	2021
JNE	26,4%	27,3%	33,4%
J&T	20,3%	21,3%	28,0%
TiKi	12,6%	10,8%	11,2%
Pos Indonesia	5,4%	7,7%	8,5%
DHL	3,8%	4,1%	6,0%

Sumber: Top Brand Index Indonesia 2019-2021

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Jika kinerja produk lebih buruk dari harapan pelanggan, pembeli tidak puas atau sangat tidak puas (Ningtiyas, 2020). Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan mengetahui keluhan pelanggan terhadap operasional perusahaan (Saidatuningtyas et al., 2022). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, namun sesuai dengan temuan pra penelitian, faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga dan kualitas pelayanan. Harga merupakan sesuatu atau nilai yang dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan dalam bentuk uang untuk membayar produk atau jasa yang diterima .

Selain itu harga memiliki kepuasan tersendiri bagi pelanggan karena dengan harga sedikit mahal apabila pelayanan yang diberikan memuaskan maka pelanggan sangat puas akan hal tersebut (Gofur, 2019). Tinggi rendahnya harga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan asalkan pelayanan yang diperoleh sepadan dengan harga yang dibayarkan. Namun penelitian lain menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan maupun keputusan pembelian pelanggan terhadap produk maupun jasa (Lestari, 2019). Banyaknya fenomena mahasiswa/pelajar yang menggunakan jasa kirim berbiaya rendah menunjukkan bahwa harga menjadi faktor pening yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Anshar & Mashariono, 2019).

Kualitas pelayanan dianggap sebagai kunci yang memegang peranan penting dalam melakukan transaksi baik penggunaan jasa maupun barang secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan berarti berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta memenuhi harapan pelanggan tepat waktu. Kualitas pelayanan berarti semua jenis layanan yang diberikan perusahaan selama pelanggan berada di perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membuat konsumen melakukan pembelian berulang (Arianto, 2018).

Berdasarkan pada uraian permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia di Tulungagung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel tanpa melakukan perubahan, tambahan ataupun manipulasi terhadap data dalam bentuk angka yang telah diperoleh secara rinci (Sugiyono, 2016).

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) serta satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Indikator variabel harga (X1) mengikuti penelitian (Syafe'i, 2022) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan kesesuaian harga kemampuan (daya saing harga). Indikator variabel kualitas pelayanan (X2) mengikuti penelitian (Rosita, 2022) yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Indikator variabel kepuasan pelanggan mengikuti penelitian (Dr Meithiana, 2019) yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan yaitu seluruh pengguna jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia di Tulungagung dengan jumlah yang tidak dapat ditentukan atau tidak dapat diketahui. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dan diperoleh jumlah sampel minimum adalah sebesar 95 responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Accidental Sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket tertutup, sedangkan pilihan jawaban menggunakan skala Likert (Suharsini Arikunto, 2013)

Analisis secara statistik menggunakan bantuan program SPSS 25.0 yang meliputi analisis instrumen, asumsi klasik, dan uji hipotesis. Analisis instrumen dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data yang meliputi uji validitas dengan metode korelasi pearson dan uji reliabilitas dengan metode *cronbach's alpha*. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui keabsahan data yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji *heteroskedastisitas*. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (uji t), mengetahui bagaimana variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (uji F), dan mengetahui kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat, yaitu analisis koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan Pelanggan

Data variabel kepuasan pelanggan diperoleh dari kuisioner yang dijawab oleh pelanggan di PT. Pos Indonesia di Tulungagung. Distribusi frekuensi kepuasan pelanggan dari 95 responden adalah sebagai berikut.

Table 2 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	32	34%
2	Puas	62	65%
3	Netral	1	1%
4	Tidak Puas	0	0%
5	Sangat Tidak Puas	0	0%
Total		95	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa terdapat keragaman tingkat kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung. 32 pelanggan (34%) menyatakan sangat pusa, 62 pelanggan (65%) menyatakan puas, dan satu pelanggan (1%) menyatakan netral.

Harga

Data variabel harga diperoleh dari kuisioner yang dijawab oleh pelanggan di PT. Pos Indonesia di Tulungagung. Distribusi frekuensi variabel harga dari 95 responden adalah sebagai berikut.

Table 3 Distribusi Frekuensi Harga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Baik	56	59%
2	Baik	34	36%
3	Netral	4	4%
4	Tidak Baik	1	1%
5	Sangat Tidak Baik	0	0%
Total		95	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa 56 pelanggan (59%) menyatakan harga jasa jasa pengiriman PT Pos Indonesia termasuk kategori sangat baik, 34 pelanggan (36%) menyatakan baik, 4 pelanggan (4%) menyatakan netral, dan satu pelanggan (1%) menyatakan tidak baik.

Kualitas Pelayanan

Data variabel kualitas pelayanan diperoleh dari kuisioner yang dijawab oleh pelanggan di PT. Pos Indonesia di Tulungagung. Distribusi frekuensi kualitas pelayanan dari 95 responden adalah sebagai berikut.

Table 4 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Baik	66	69%
2	Baik	26	27%
3	Netral	3	3%
4	Tidak Baik	0	0%
5	Sangat Tidak Baik	0	0%
Total		95	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Responden penelitian memiliki anggapan yang beragam tentang kualitas pelayanan jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung. Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa 66 responden (69%) beranggapan kualitas pelayanan termasuk kategori sangat baik, 26 responden (27%) beranggapan baik, dan tiga responden (3%) memilih netral.

Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan butir soal/ Pernyataan yang ada dalam instrumen penelitian. Uji validitas instrumen dilakukan dengan memberikan instrumen penelitian kepada 30 responden. Pengambilan keputusan uji validitas pada signifikansi 0,05 adalah dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} , dimana dengan 30 responden, maka nilai r_{tabel} adalah 0,361. Butir soal/ pernyataan dalam instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Item	r_{hitung}	Keterangan	Kesimpulan
1	Item 1	0,674	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Item 2	0,763	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Item 3	0,719	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Item 4	0,810	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Item 5	0,801	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Item 6	0,759	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Item 7	0,722	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Item 8	0,830	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Item 9	0,744	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Item 10	0,887	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Item 11	0,838	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Item 12	0,817	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Item 13	0,817	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Item 14	0,708	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Item 15	0,821	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan dalam instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang kepuasan pelanggan memiliki nilai r_{hitung} lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengumpulan data tentang kepuasan pelanggan termasuk valid dan layak digunakan.

Table 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga

No	Item	r_{hitung}	Keterangan	Kesimpulan
1	Item 1	0,681	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Item 2	0,838	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Item 3	0,740	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Item 4	0,803	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Item 5	0,820	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Item 6	0,836	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Item 7	0,695	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Item 8	0,830	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Item 9	0,718	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Item 10	0,816	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Item 11	0,696	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Item 12	0,643	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Item 13	0,821	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Item 14	0,592	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Item 15	0,696	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan dalam instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang harga memiliki nilai r_{hitung} lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengumpulan data tentang harga termasuk valid dan layak digunakan.

Table 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No	Item	r_{hitung}	Keterangan	Kesimpulan
1	Item 1	0,686	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Item 2	0,529	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Item 3	0,483	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Item 4	0,835	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Item 5	0,820	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Item 6	0,697	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Item 7	0,709	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Item 8	0,697	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Item 9	0,807	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Item 10	0,772	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Item 11	0,915	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Item 12	0,687	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Item 13	0,820	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

14	Item 14	0,791	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Item 15	0,810	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan dalam instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang kualitas pelayanan memiliki nilai r_{hitung} lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengumpulan data tentang kualitas pelayanan termasuk valid dan layak digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh dapat dipercaya atau tidak. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6 (Arikunto, 2016). Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Instrumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan	0,953	Reliabel
2	Harga	0,939	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,941	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* instrumen kepuasan pelanggan, harga, dan kualitas pelayanan secara berturut turut adalah sebesar 0,953, 0,939, dan 0,941. Maka instrumen penelitian yang digunakan termasuk kategori reliabel dan layak untuk digunakan.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan dasar pengambilan keputusan, yaitu data dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($>0,05$) (Ghozali, 2016). Hasil uji normalitas data pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.65801185
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.039
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas dengan metode uji *kolmogorov smirnov* adalah sebesar 0,200 ($>0,05$) hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal

Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan linearitas adalah berdasarkan nilai *deviation from linearity*, dimana data dikatakan memiliki hubungan linear jika nilai *deviation from linearity* lebih dari 0,05 (Arikunto, 2016). Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 10 Hasil Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN	Between	(Combined)	2015.027	25	80.601	6.743	.000
PELANGGAN *	Groups	Linearity	1421.686	1	1421.686	118.93	.000
HARGA		Deviation from Linearity	593.341	24	24.723	2.068	.010
	Within Groups		824.805	69	11.954		
	Total		2839.832	94			

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti (2023)

Tabel 10 merupakan hasil uji linearitas antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel harga (X1). Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari *deviation from linearity* adalah sebesar 0,10 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel harga (X1).

Table 11 Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN	Between	(Combined)	1909.936	21	90.949	7.140	.000
PELANGGAN *	Groups	Linearity	1374.409	1	1374.409	107.89	.000
KUALITAS PELAYANAN		Deviation from Linearity	535.527	20	26.776	2.102	.012
	Within Groups		929.895	73	12.738		
	Total		2839.832	94			

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti (2023)

Tabel 11 merupakan hasil uji linearitas antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel kualitas pelayanan (X2). Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari *deviation from linearity* adalah sebesar 0,12 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel kualitas pelayanan (X2).

Hasil uji lenaritas mennunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antar variabel kepuasan pelanggan (Y), harga (X1), dan kualitas pelayanan (X2). Maka variabel-variabel

penelitian dapat digunakan untuk analisis data dan menjelaskan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas adalah berdasarkan nilai VIF, dimana data dikatakan tidak memiliki gejala multikolinieritas jika nilai $VIF \leq 10$ (Ghozali, 2016). Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 12 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	14.032	4.368		3.212	.002		
	X1	.387	.099	.422	3.897	.000	.410	2.440
	X2	.348	.102	.371	3.424	.001	.410	2.440

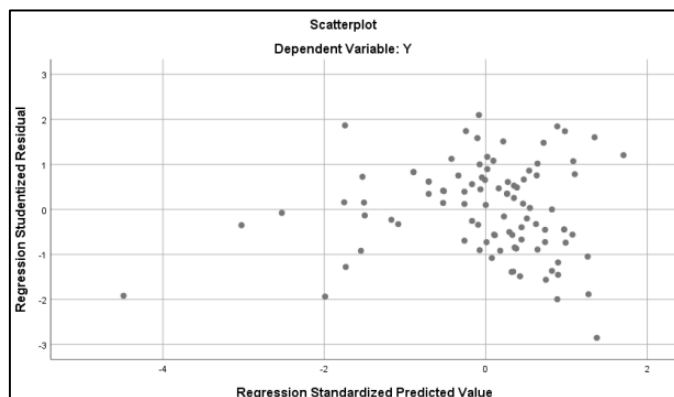
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Tabel 12 merupakan hasil uji multikolinieritas, dimana dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) adalah sebesar 2,440 (<10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antara variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bersifat homoskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola pada grafik regresi, dimana data dikatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas jika grafik regresi memiliki pola yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2016). Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 merupakan grafik regresi hubungan variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan gambar scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.746 ^a	.557	.547	3.698	1.443

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN , HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Tabel 13 merupakan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dimana nilai R^2 adalah sebesar 0,547 (54,7%). Hal ini menunjukkan bahwa 54,7% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 45,3% ($100\% - 54,7\% = 45,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X1 dan variabel X2.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menghitung pengaruh secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia di Tulungagung. Dasar pengambilan keputusan uji F dapat melalui nilai signifikansinya, dimana jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($<0,05$) maka dapat dikatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sugiyono, 2015). Hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1582.013	2	791.006	57.856	.000 ^b
	Residual	1257.819	92	13.672		
	Total	2839.832	94			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN , HARGA

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 14 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji F adalah sebesar 0,00 ($<0,05$) sedangkan nilai F_{hitung} adalah sebesar 57,856. Maka dapat diartikan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan uji t adalah berdasarkan nilai signifikansinya dimana jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($<0,05$) maka dapat diartikan terdapat pengaruh signifikan (Sugiyono, 2015). Hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 15 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	14.032	4.368		3.212	.002
	HARGA	.387	.099	.422	3.897	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.348	.102	.371	3.424	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Tabel 15 merupakan hasil uji t dengan bantuan program SPSS 25.0 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} variabel harga adalah sebesar 3,897 dengan signifikansi 0,00 ($<0,05$), maka dapat dijelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,424 dengan signifikansi 0,001 ($<0,05$), maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut teori, harga yang baik akan mendukung perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga menciptakan kepuasan pada pelanggan yang selanjutnya akan berpengaruh pada loyalitas terhadap perusahaan untuk meningkatkan jumlah pembelian dan menarik pelanggan baru (Syafri, 2022) Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Lestari, 2019) yang menyatakan bahwa harga memiliki peranan penting dalam pengambilan kepuasan pelanggan serta mempengaruhi kualitas pelayanan pada PT. Global JET Express (J&T).

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut teori, kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan, semakin rendah pula kepuasan pelanggan (Gofur, 2019). Semakin baik kualitas pelayanan

yang diberikan, penetapan harga yang sesuai dengan jasa yang diberikan, dan pemilihan lokasi yang strategis akan meningkatkan keputusan penggunaan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Tulungagung. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, PT Pos Indonesia diharapkan mempertimbangkan penetapan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan di kantor PT Pos Indonesia Tulungagung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu terselesainya penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Dr Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia Surabaya. *Samudera Ekonomika*, 3.
- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Global Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran jasa Berbasis Kompetensi*.
- Ningtiyas, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHADEquity Jurnal*

- MANAJEMEN*, 2(1), 46–53. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.551>
- Putri, S. E., & Firdaus, T. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang di PT Zataka Expressindo Utama. *Jurnal Matua*, 2(4), 353–370.
- Rosita, I. (2022). Pengaruh Job Insecurity, Kompensasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Bagian Produksi PT Karya Mitra Budisentosa Madiun. *Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi, September*.
- Saidatuningtyas, I., Rizal, M. A., Choiriningrum, W., Kunci, K., Pelayanan, K., Servqual, S. Q., Pos, K., & Bisnis, J. L. (2022). Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Di Kantor Pos Cimahi. 12(01), 1–8.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suharsini Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Syafe'i, S. R. & D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. 5(2), 2192–2207.
- Syafri, R. et. a. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pariaman. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.