

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS INDONESIA CABANG GIANYAR**

Pande Made Deby LestariYanti<sup>1</sup>  
Desak Gde Sayang Adnyani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia  
e-mail : pande.made@kopnus.com / telp : +6281 237944725

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

### **ABSTRAK**

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan. Menyadari pentingnya peranan pemasaran dalam suatu organisasi perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan, banyak cara-cara untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan pada fungsi pemasaran. Di antaranya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas terhadap kinerja suatu perusahaan. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar.”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar. Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 67 orang responden, metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data, dianalisis dengan regresi linier sederhana dengan bantuan program komputer SPSS *version 22.0 for windows*.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan yaitu  $Y = 0,379 + 0,290X$ . Hal ini berarti bahwa meningkatnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hasil analisis t-test diperoleh t-hitung adalah sebesar 16,860 lebih besar dari t-tabel 1,6, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*

***ABSTRACT***

Marketing is one of the functions of the company that is not less important when compared with other corporate functions, even the success of the company is often identified with the success of marketing is also used as a benchmark company. Recognizing the importance of the role of marketing in a company organization in order to achieve the objectives of the company, many ways the car to improve the company's success in the marketing function. Among others by providing good service quality for consumers feel satisfied with the performance of a company. This research entitled "Influence Quality of service to customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Branch of Gianyar"

The formulation of the problem in this study is how the influence of service quality to customer satisfaction at PT. Pos Indonesia branch of Gianyar. The purpose of this study are : to determine the effect of service quality on customer satisfaction. This study was conducted on PT. Pos Indonesia branch Gianyar, this type of data used is quantitative data and qualitative data while the data sources used are primary data and secondary data. The sample used is 67 respondents, data collection method with observation, interview and documentation study. Data analysis techniques, analyzed with simple linear regression with the help of computer program SPSS version 22.0 for windows.

Based on result of simple linear regression analysis obtained equation that is  $Y = 0,379 + 0,290X$ . This means that increasing consumer satisfaction is influenced by the quality of service. The result of t-test analysis obtained t-count is 16,860 bigger than t-table 1,6, then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted, it means that service quality have positive and significant influence to consumer satisfaction.

*Keywords: Quality of service and customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang kini masih berlangsung di Indonesia, menuntut organisasi (perusahaan) untuk meningkatkan daya saing bisnis. Semakin ketatnya persaingan di pasar domestik maupun internasional (global) yang menuntut profesionalisme dalam pengelolaan bisnis terlebih akan mampu bersaing dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga akhirnya di harapkan konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan yang di kelola tersebut.

Semakin ketatnya persaingan karena semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus mendapatkan orientasi pada loyalitas konsumen sebagai tujuan utama. Kebutuhan konsumen sangat banyak dan bervariasi di satu sisi, sementara pada sisi lain perusahaan menghadapi kendala untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Perusahaan harus mampu mempertemukan antara apa yang ditawarkan kepada konsumen dengan apa yang diharapkan konsumennya atas produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian maka perusahaan dipaksa memilih produk atau jasa apa saja yang dapat ditawarkan melalui proses-proses kunci yang inovatif sehingga konsumen puas, yang akhirnya konsumen kembali mempercayakan segala kebutuhannya pada perusahaan yang bersangkutan.

Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan di segala bidang. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatkan intensitas persaingan dan jumlah persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan

dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan pelayanan yang optimal, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya ditengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini.

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya, kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan bersaing. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan system kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan konsumen.

Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dan harapan-harapnya (Kotler, 2007).

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis (Hartono, 2006). Kepuasan konsumen didasarkan pada pengalaman penilaian

yang dibuat oleh konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Penilaian ini berdasarkan evaluasi persepsi konsumen yang berhubungan dengan pengalaman pemakaian atau value yang dimiliki yang memfasilitasi pencapaian tujuan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dimana menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan meliputi persepsi dengan sarana fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tangkap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*). Dalam dunia persaingan bisnis, PT. Pos membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon konsumen dan mempertahankan yang sudah ada. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan, dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, untuk mencapai loyalitas dari para konsumen.

PT. Pos Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu badan usaha yang bergerak dibidang jasa. PT. Pos Indonesia berdiri pada tanggal 24 Agustus 1746, dengan berjalannya waktu PT. Pos Indonesia kini telah menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang telah

dimilikinya mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen Kota/Kabupaten. Hampir 100 persen kecamatan dari 42 persen Kelurahan/Desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 kantorpos online, serta dilengkapi dengan elektronik mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang berhungan satu sama lain secara solid dan terintegrasi. System kode pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu mendefinisikan dengan akurat.

PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar yang beralamatkan di Jalan Abimayu No 4 Gianyar (80511) ini telah memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada konsumen. PT Pos Indonesia Cabang Gianyar yang berorientasi bisnis sekaligus sosial dalam menghadapi persaingan tidak terlepas dari usahanya menunjukkan kualitas jasa untuk memenuhi harapan, mencari dan mempertahankan konsumen. Ditinjau dari sisi konsumen dengan latar belakang yang berbeda, baik dari segi ekonomi, sosial, pendidikan, dan lain-lain dapat dibentuk persepsi dan harapan tentang PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar.

Sebagai badan usaha yang bergerak di bidang jasa, PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar berupaya agar selalu terciptanya kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak perusahaan diharuskan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas. Adapun perkembangan jumlah konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar.

Pokok permasalahan penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, adalah :

- a. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar?

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pos Indonesian Cabang Gianyar yang berlokasi di Jalan Abimanyu No 4, Gianyar. Ada pun yang menjadi objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar.

Pada penelitian ini digunakan model regresi yaitu regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk mempermudah perhitungan analisis, maka digunakan bantuan program computer *Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X), dan Variabel terikat Kepuasan konsumen (Y) dapat diketahui dengan analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 1.  
Rekap Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,379	,607		,624	,535
	Kualitas pelayanan	,290	,017	,902	16,860	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari hasil analisis regresi pada tabel 1. maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,379 + 0,290X$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan pola pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu sebagai berikut:

- a= 0,379 berarti apabila kualitas pelayanan (X) tidak mengalami perubahan atau tetap maka besarnya kepuasan konsumen (Y) adalah 0,379
- b= 0,290 berarti apabila kualitas pelayanan (X) dinaikkan satu

satuan (1) maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,290 satuan. Artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

### Analisis Determinasi

Untuk mengetahui besarnya Sumbangan Variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen, maka digunakan analisis determinasi.

Tabel 2.  
Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 <sup>a</sup>	,814	,811	,26279

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Besarnya determinasi ( $R^2=0,814$ ) ini berarti variasi hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar 19,6 % dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Uji T-test**

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen**

Langkah-langkah uji statistiknya adalah :

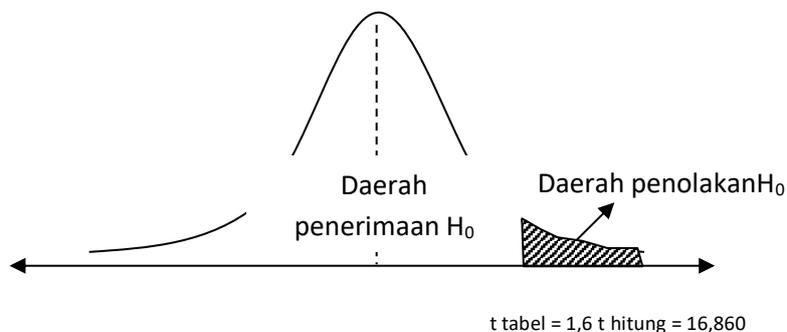
- a. Membuat formulasi hipotesis
  - Ho :  $b = 0$ , berarti tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
  - Hi :  $b > 0$ , berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan

terhadap kepuasan konsumen.

- b. Ketentuan pengujian
  - Dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan derajat kebebasan  $n-k$  ( $67-2$ ) = 65, test satu sisi pada sisi kanan, diperoleh nilai t-tabel (0,05 ; 65) = 1,6.
- c. Kriteria pengujian
  - 1) Jika  $t_1\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  (1,6) maka Ho ditolak, berarti pengaruh signifikan
  - 2) Jika  $t_1\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  (1,6) maka Ho diterima, berarti pengaruh tidak signifikan.
- d. Perhitungan  $t_1\text{-hitung}$   
 $t\text{ hitung} = 16,860$
- e. Gambar Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho

**Gambar 5.1**

**Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho**



#### f. Keputusan

Nilai  $t_{hitung} = 16,860$  sig 0,00 dan  $t$  tabel 1,6 pada tingkat signifikansi 5% sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa secara statistika pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5 %, maka kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan (nyata) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis teruji kebenarannya.

Berdasar pengujian secara empirik didapat nilai  $t$  hitung sebesar 16,860 dan sig 0,00, dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pemberi jasa dengan demikian PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin puas konsumen yang nantinya bermuara pada peningkatan kepuasan.

#### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar, yang ditunjukkan oleh persamaan garis

regresi linier sederhana diperoleh adalah  $Y = 0,379 + 0,290 X$ . Hal ini berarti bahwa meningkatnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hasil analisis  $t$ -test diperoleh  $t$ -hitung adalah sebesar 16,860 lebih besar dari  $t$ -tabel 1,6, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya sumbangan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar, adalah sebesar 81,4%, yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $D = 81,4$ ). sedangkan sisanya sebesar 19,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dalam penelitian ini tidak dibahas.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar” penulis menyarankan kepada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar agar dapat meningkatkan waktu layanannya. Sehingga dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen dan konsumen akan cenderung untuk datang kembali dan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pos pada PT. Pos Indonesia Cabang Gianyar.

#### REFRENSI

- Boediono. 2003. “*Definisi Pelanggan*”. Badan Penerbit UNDIP
- Hartono, Jogyanto. 2006. *Analisis dan Desain Sistem Informasi. Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset

- Handoko T. Hani. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. Cetakan ke 14. Yogyakarta : Penerbit : BPFE
- Husein Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pusat. Jakarta
- Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elexmedia Komputindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler dan Koller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga
- Koller dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- Kaler Suputra, I Gusti Nyoman, 2009 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIMI Handayani Denpasar*. Skripsi, Universitas STIMI Handayani Denpasar, (tidak dipublikasikan).
- Kurnia, Dandy, 2010. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Astro Komputer di Jakarta". *Jurnal*
- Nasrul, 2014, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada PT. BPR Pembangunan Nagari Kantor Pusat Lubuk Basung
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke 2. Yogyakarta : Andi Offset
- Husein Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pusat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset.