

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Ritel PT.Pos Indonesia, Kantor Pos Besar Kota Malang)**

**Sofian Nataniel**

**Zainul Arifin**

**Dahlan Fanani**

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

nyop3322@gmail.com

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify and explain the effect that occurs between the quality of service consisting of a variable direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy to variable levels of customer satisfaction. This type of research is explanatory research. Population in this study is all the retail customers Kantor Pos Besar Malang is in the process of goods delivery transactions. Sampling technique used in this research is purposive sampling and 116 respondents selected as sample. Questionnaire become a tool for collecting data. Analysis of the data used is multiple linear analysis and descriptive analysis. These results indicate that either simultaneous or in partial effect of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on the variable level of Customer Satisfaction is significant.*

**Keywords:** *Quality of Service, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan ritel Kantor Pos Besar Malang yang sedang melakukan proses transaksi pengiriman barang. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan setelah melakukan perhitungan terpilih 116 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial pengaruh variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan adalah signifikan.

**Kata kunci :** **Kualitas Pelayanan, Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Kepuasan Pelanggan**

## 1. PENDAHULUAN

Pergerakan perekonomian ke arah positif dewasa ini adalah salah satu bentuk dampak dari pertumbuhan jumlah penduduk yang tersebar hampir merata di seluruh dunia. Pergerakan perekonomian tersebut dikarenakan jumlah kebutuhan yang semakin hari semakin meningkat jumlahnya. Jumlah penduduk dunia saat ini mencapai sekitar 7,2 Milyar penduduk (Antaraneews.com). Berikut merupakan data mengenai 10 negara peringkat dunia dengan jumlah populasi penduduk terbanyak tahun 2013:

**Tabel 1 Jumlah Populasi Penduduk Terbanyak Dunia Tahun 2013**

Peringkat	Negara	Penduduk	Benua
1	China (RRC)	1.343.239.923	Asia
2	India	1.205.073.612	Asia
3	AS	313.847.465	Amerika
<b>4</b>	<b>Indonesia</b>	<b>237.641.326</b>	<b>Asia</b>
5	Brasil	205.716.890	Amerika
6	Pakistan	190.291.129	Asia
7	Nigeria	170.123.740	Afrika
8	Bangladesh	161.083.804	Asia
9	Rusia	138.082.178	Eropa
10	Jepang	127.756.412	Asia

Sumber : [www.statistik.ptkpt.net](http://www.statistik.ptkpt.net), 2013

Jumlah populasi yang begitu banyak menjadikan Indonesia mempunyai potensi peluang bisnis yang menjanjikan. Berbagai bisnis yang dijalankan dapat dimulai dari berbagai sektor mulai makanan, tambang, minyak bumi, hingga sektor jasa. Seiring pertumbuhan perekonomian Indonesia, sektor jasa mendapat sorotan yang tajam karena mempunyai peluang yang bagus. Menurut data BPS (Badan Statistik Pusat) 2013 yang menyatakan bahwa terjadi peningkatan untuk pendapatan usaha yang terjadi pada sektor jasa perusahaan yaitu nilai indeks tendensi bisnis sebesar 107,46. Indeks Tendensi Bisnis merupakan indikator perkembangan ekonomi terkini yang datanya diperoleh dari Survei Tendensi Bisnis (STB) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik bekerja sama dengan Bank Indonesia. ITB merupakan indeks yang menggambarkan kondisi bisnis dan perekonomian pada triwulan berjalan dan perkiraan pada triwulan mendatang. STB dilakukan setiap triwulan di beberapa kota besar terpilih di seluruh provinsi di Indonesia. Survei tersebut menunjukkan bahwa bisnis jasa mempunyai peluang yang potensial.

Kotler dan Armstrong (2008:111) “menyatakan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak

kepada pihak lain, a yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun”. Bisnis yang bergerak di bidang jasa juga merupakan salah satu strategi bisnis yang tidak menjual barang atau produk, akan tetapi melayani pelanggan dengan unit bisnis yang dijalankan. Setiap peereusahaan smempunyai inovasi-inovasi yang dilakukan agar pelayanan terhadap konsumen dapat berjalan secara maksimal, mulai dari ketepatan waktu, daya tanggap, kompetensi para karyawan saat melayani pelanggan, hingga akses yang mudah agar para pelanggan dapat merasakan kepuasan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau bisnis jasa harus memiliki pelayanan yang berkualitas agar supaya dapat memberikan kepuasan secara maksimal. Wyckof dalam Arief (2007:118) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan itu juga harus memperhatikan tentang bukti fisik yaitu barang maupun pelayanan yang diberikan harus dalam kondisi yang baik, hal lainnya yaitu keandalan merupakan kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti”.

Aspek jaminan meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan serta kemampuan pelayanan pada konsumen berarti adanya jaminan tersebut konsumen bisa merasa puas tentang pelayanan yang diberikan perusahaan. Empati juga harus dalam pelayanan yang berkualitas dikarenakan agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa. Hal-hal yang berkaitan tentang pelayanan yang berkualitas tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan itu dikarenakan hal yang dilakukan oleh perusahaan yang maksimal tentang pelayanan tersebut akan didapatkan oleh pelanggan sehingga nantinya dapat mempersepsikan bahwa pelanggan adalah raja sehingga mendapatkan pelayanan yang maksimal dan mendapatkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008:24) “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pada persaingan yang semakin ketat ini”. Kepuasan pelanggan menjadi poin penting dalam perusahaan jasa karena apabila kepuasan pelanggan didapatkan, konsumen tersebut akan menggunakan kembali perusahaan jasa tersebut, selain itu hal lainnya dapat menjadikan strategi *word of mouth* yaitu menyebarkan kepuasan

sesama pelanggan sehingga poin tersebut menjadikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan jasa tersebut.

Perusahaan jasa yang selama ini memberikan pelayanan yang berkualitas salah satunya yaitu PT. Pos Indonesia, kantor Pos Besar Malang. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan jasa pengiriman paket yang melayani di seluruh Indonesia. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 1746 ([www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id)) menjadikan perusahaan yang terpercaya dalam pengiriman barang. Selain itu jaringan perusahaan tersebut yang tersebar diberbagai kota di seluruh Indonesia menjadikan perusahaan tersebut berkualitas dalam pengiriman barang. Aspek lainnya yaitu mempunyai kelebihan dalam pengiriman, yaitu menerima segala jenis pengiriman mulai barang, hewan, dan sebagainya

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Jasa

Menurut Zeithmal dan Bitner dalam Yazid (2005:3) “jasa itu mencakup semua aktivitas ekonomi yang keluarannya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan yang secara prinsip *intangibile* bagi pembeli pertamanya”. Jadi jasa merupakan suatu kegiatan untuk membantu seseorang atau pihak lain dalam melakukan suatu bentuk usaha yang tidak berwujud barang atau produk yang bisa di pegang.

### Kualitas Pelayanan

Maksud dari pengertian kualitas pelayanan adalah terpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Wyckof dalam Arief (2007:118), “menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan penguasaan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan Parasuraman *et al* dalam Hanafi (2001:34) “menyatakan bahwa “kualitas pelayanan yang dipersepsi (*perceived service quality*) didefinisikan sebagai berikut: seberapa besar kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang seharusnya diterima”.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan dan pengendalian atas keunggulan tersebut yang berhubungan dengan produk, pelayanan, manusia,

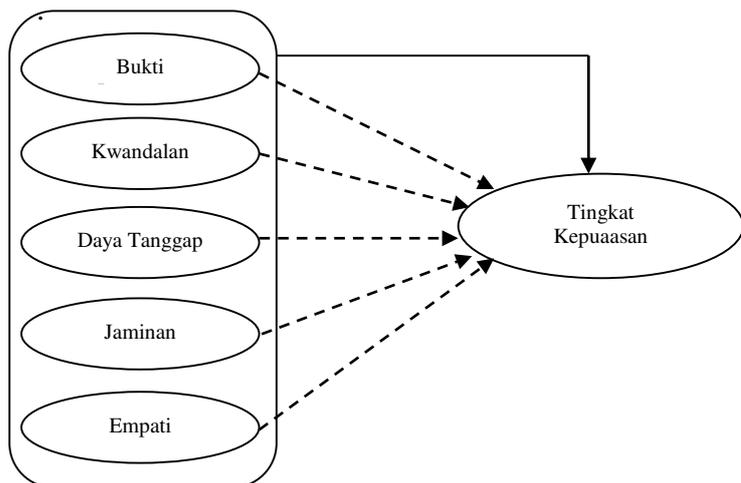
proses dan lingkungan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Parasuraman *et al.*, dalam Lovelock (2005:98) “mengidentifikasi lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas dalam jasa pelayanan yang antara lain adalah *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy.*”

1. **Tangibles**, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi.
2. **Reliability**, yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
3. **Responsiveness**, yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. **Assurance**, meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan dan kemampuan mereka berarti adanya jaminan tentang kepastian pelayanan yang diberikan.
5. **Empathy**, yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap pelanggan.

### Kepuasan Pelanggan

Oliver dalam Barnes (2003:64) “menyatakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon terhadap hasil yang dirasakan oleh pelanggan atas kesesuaian harapan terkait dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan



**Gambar 1 Model Hipotesis**

**Keterangan:**

- - - - - : berpengaruh secara parsial
- : berpengaruh secara simultan

**Hipotesis**

H<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung, Keahlian, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

H<sub>2</sub> : Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung, Keahlian, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

**3. METODE PENELITIAN**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Kantor Pos Besar Malang Jl. Merdeka Selatan No. 5 Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian penjelasan (*Explanatory Research*) yang digunakan untuk memberi pembuktian dan penjelasan berdasarkan hipotesis yang telah diungkap peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan ritel PT. Pos Indonesia Kantor Pos Besar Malang yang melakukan transaksi jasa. Sampel dalam penelitian ini adalah 116 orang responden. Sumber data primer yang digunakan berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk memperoleh hasil atau pembuktian hipotesis.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada distribusi responden berdasarkan jenis kelamin sejumlah 64 orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 52 orang responden berjenis kelamin perempuan. Dalam penelitian ini sebagian besar responden berusia antara lebih dari 29 tahun sampai dengan 33 tahun. Pendidikan terakhir S1 merupakan jumlah terbanyak responden dalam penelitian ini. Diketahui juga dalam penelitian ini mayoritas responden melakukan transaksi sebanyak 3 kali dalam 1 bulan. Tabel 2 dibawah ini merupakan berikut hasil analisis regresi linier berganda atau pengujian secara statistik.

**Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel dependen	Variabel independen	B	t hitung	Sig.	Ket.
Konstanta		-9,543	-4,533	0,000	-
Y	X <sub>1</sub>	0,268	2,042	0,043	Signifikan
	X <sub>2</sub>	0,446	4,507	0,000	Signifikan
	X <sub>3</sub>	0,316	2,893	0,005	Signifikan
	X <sub>4</sub>	0,429	2,827	0,006	Signifikan
	X <sub>5</sub>	0,335	2,750	0,007	Signifikan
R		= 0,719 <sup>a</sup>			
R square		= 0,518			
Adjusted R square		= 0,496			
F hitung		= 23,600			
Sig F		= 0,000			
Alpha (α)		= 0,05			
n		= 116			

Berdasarkan analisis pengujian secara statistik dengan menggunakan pengujian analisis regresi linier berganda maka dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -9,543 + 0,268X_1 + 0,446X_2 + 0,316X_3 + 0,429X_4 + 0,335X_5 + e$$

Dari hasil pengujian statistik regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,268 terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>).
2. Variabel Keahlian (X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,446 terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>).
3. Variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>) mempunyai pengaruh positif yaitu 0,316 terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>).
4. Variabel Jaminan (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,429 terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>).
5. Variabel Empati (X<sub>5</sub>) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,335 terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>).

## Uji Hipotesis

### Uji secara Bersama-sama (Uji F)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat atau tidaksesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini dapat dibuktikan apabila  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{table}$  atau  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{table}$ .

Pengujian Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama dapat dilihat pada Tabel 2. Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut:

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

Tabel 2 menjelaskan hasil pengujian analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama. Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13 nilai F hitung sebesar 23,600. Sedangkan F tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df regresi = 5 ; df residual = 110).  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $23,600 > 2,30$  atau nilai Sig. F (0,000)  $< \alpha = 0.05$  maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

### Uji secara Parsial (Uji t)

Pengujian Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.14. Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut:

$H_2$  : Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan uji t sebagai berikut:

### Variabel Bukti Langsung ( $X_1$ )

Pada Tabel 2 diperoleh hasil t test antara variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan t hitung = 2,042. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 110) adalah sebesar 1,659 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 2,042 > 1,659 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,043 ( $p < 0,05$ ) maka pengaruh Bukti Langsung ( $X_1$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

### Variabel Keandalan ( $X_2$ )

Pada Tabel 2 diperoleh hasil t test antara variabel Keandalan ( $X_2$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) menunjukkan t hitung = 4,507. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 110) adalah sebesar 1,659 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 4,507 > 1,659 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka pengaruh variabel Keandalan ( $X_2$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Keandalan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

### Variabel Daya Tanggap ( $X_3$ )

Pada Tabel 2 diperoleh hasil t test antara variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) menunjukkan t hitung = 2,893. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 110) adalah sebesar 1,659 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 2,893 > 1,659 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,005 ( $p < 0,05$ ) maka pengaruh variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

### Variabel Jaminan ( $X_4$ )

Pada Tabel 2 diperoleh hasil t test antara variabel Jaminan ( $X_4$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) menunjukkan t hitung = 2,827. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df residual

=110) adalah sebesar 1,659 jadi  $t_{hitung}$  sebesar 2,827 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,659 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,006 ( $p < 0,05$ ) maka pengaruh variabel Jaminan ( $X_4$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

#### **Variabel Empati ( $X_5$ )**

Pada Tabel 2 diperoleh hasil t test antara variabel Empati ( $X_5$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} = 2,750$ . Sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$  ; df residual =110) adalah sebesar 1,659 jadi  $t_{hitung}$  sebesar 2,750 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,659 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,007 ( $p < 0,05$ ) maka pengaruh variabel Empati ( $X_5$ ) dengan variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Empati ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).

#### **Pembahasan**

##### **Pengaruh Variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Ritel Kantor Pos Besar Kota Malang.**

Bukti Langsung atau Fasilitas Fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa adalah salah satu faktor penentu keberhasilan di pasar. Bukti Langsung merupakan keadaan fisik yang sebenarnya yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan. Fasilitas yang baik akan membuat pelanggan untuk memutuskan untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan karena dengan Bukti Langsung yang baik, pelanggan akan merasa nyaman aman untuk melakukan transaksi jasa tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,268 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,042 dan nilai signifikan sebesar 0,043. Variabel Bukti Langsung pada penelitian ini diukur dengan tiga indikator yang dijabarkan dalam kuesioner yang antara lain adalah lahan parkir yang memadai, penampilan karyawan, dan armada pengiriman memadai, dari ketiga indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,8, yang berarti pelanggan setuju bahwa Bukti Langsung yang disediakan oleh Kantor Pos

Besar Malang mampu membuat para pelanggan merasa puas.

Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus (2009) dan Ebta (2010) “yakni variabel Bukti Langsung berpengaruh negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan, hal ini terjadi karena terdapat perbedaan tempat penelitian dan tolak ukur dari variabel yang digunakan”. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007), dengan hasil yang sama yakni variabel Bukti Langsung, berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007) menggunakan variabel berwujud, namun memiliki maksud dan arti yang sama. Penelitian ini juga mendukung dengan teori yang diungkap oleh Parasuraman *et al.*, dalam Tjiptono (2008:69) bahwa variabel Bukti Langsung meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan. hal ini berarti suatu perusahaan juga harus memperhatikan fasilitas yang dimiliki agar menumbuhkan rasa aman dan nyaman dan menciptakan rasa puas kepada para pelanggan.

##### **Pengaruh Variabel Kehandalan ( $X_2$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Ritel Kantor Pos Besar Kota Malang.**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel Kehandalan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,446 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 4,507 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Variabel Kehandalan pada penelitian ini diukur dengan tiga indikator yang dijabarkan dalam kuesioner yang antara lain adalah variasi waktu pengiriman, pengiriman tepat waktu, dan pengiriman sesuai tujuan. Dari ketiga indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,9, yang berarti pelanggan setuju bahwa Kehandalan dari Kantor Pos Besar Malang mampu membuat para pelanggan merasa puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007), Agus (2009) dan Ebta (2010) yang menyatakan bahwa variabel Kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kehandalan merupakan salah satu tolak ukur atau penilaian pelanggan terhadap kepuasan yang diperoleh ketika

menggunkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa. Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Lovelock (2005:98) “menyatakan bahwa Keandalan yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti.”. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dialkukan suatu perusahaan harus tepat waktu dan spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan. Dapat disimpulkan bahwa Keandalan yang janjikan Kantor Pos Besar Malang sudah terlaksana dengan baik, hal ini terbukti karena dalam analisis statistik variabel Keandalan menjadi yang dominan.

### **Pengaruh variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Ritel Kantor Pos Besar Kota Malang.**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,316 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,893 dan nilai signifikan sebesar 0,005. Variabel Keandalan pada penelitian ini diukur dengan tiga indikator yang di jabarkan dalam kuesioner yang antara lain adalah perhatian karyawan, kemampuan karyawan mengatasi masalah, dan pelayanan dilakukan dengan cepat. Ketiga indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,8, yang berarti pelanggan setuju bahwa Daya Tanggap karyawan Kantor Pos Besar Malang mampu membuat para pelanggan merasa puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007), Agus (2009) dan Ebta (2010) yang menyatakan bahwa variabel Daya Tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Lovelock (2005:98) “Daya Tanggap yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.” Hal ini berarti Daya Tanggap karyawan Kantor Pos Besar Malang sudah cukup baik, karena mampu membuat para pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Daya Tanggap merupakan tolak ukur pelanggan menilai kinerja yang diberikan perusahaan jasa sudah baik atau buruk. Dengan semakin baiknya Daya Tanggap yang dimiliki oleh karyawan PT. Pos Indonesia, maka akan membuat pelanggan semakin puas dan akan menimbulkan

kenyamanan untuk terus menggunakan jasa tersebut.

### **Pengaruh variabel Jaminan (X<sub>4</sub>) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Ritel Kantor Pos Besar Kota Malang.**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel Jaminan (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,429 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,827 dan nilai signifikan sebesar 0,006. Variabel Jaminan pada penelitian ini diukur dengan tiga indikator yang di jabarkan dalam kuesioner yang antara lain adalah keamanan barang, Jaminan penggantian barang yang rusak, dan Jaminan kerahasiaan barang. Ketiga indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,0, yang berarti pelanggan setuju bahwa Jaminan barang yang dikirim oleh pelanggan menggunakan jasa pengiriman Kantor Pos Besar Malang mampu membuat para pelanggan merasa puas. Jaminan merupakan upaya perusahaan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada para pelanggan dalam menggunakan jasa yang disediakan. Jaminan yang diberikan perusahaan akan menjadi bahan pertimbangan para pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan itu lagi atau tidak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007) dan Ebta (2010) yang menyatakan bahwa variabel Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Agus (2009) hasilnya menyatakan bahwa variabel Jaminan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan karena terdapat perbedaan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Jaminan, perbedaan tempat penelitian, dan jumlah responden sehingga didapat nilai yang berbeda ketika dianalisis statistik.

### **Pengaruh variabel Empati (X<sub>5</sub>) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Ritel Kantor Pos Besar Kota Malang.**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel Empati (X<sub>5</sub>) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,335 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,750 dan nilai signifikan sebesar 0,007. Variabel Empati pada penelitian ini di ukur dengan tiga indikator yang dijabarkan

dalam kuesioner yang antara lain adalah sikap ramah karyawan, komunikasi karyawan baik, dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Ketiga indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,0, yang berarti pelanggan setuju bahwa Empati dari karyawan di Kantor Pos Besar Malang mampu membuat para pelanggan merasa puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristinawati (2007), Agus (2009) dan Ebta (2010) yang menyatakan bahwa variabel Empati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan. Empati merupakan kemampuan para karyawan perusahaan dalam melakukan komunikasi yang baik dan dapat memahami kebutuhan pelanggan. Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Lovelock (2005:98) Jaminan yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap pelanggan, sehingga dapat disimpulkan apabila karyawan perusahaan dapat memberikan pelayanan sepenuh hati kepada para pelanggan maka para pelanggan akan merasa senang dan akan merasa terbantu sehingga akan berdampak pada terciptanya rasa puas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari variable Bukti Langsung ( $X_1$ ), Kehandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama adalah signifikan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari variabel Bukti Langsung ( $X_1$ ), Kehandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial adalah signifikan.
3. Variabel Kehandalan ( $X_2$ ) adalah variabel yang dominan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,507.

### Saran

1. Untuk manajemen Kantor Pos Besar Kota Malang alangkah baiknya memperbaiki dan memperbaiki kualitas pelayanan jasa pengiriman di Kantor Pos Besar Kota Malang, khususnya dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dari hasil penyebaran kuesioner, indikator kepuasan terhadap kinerja, merekomendasikan pada orang lain, dan penilaian terhadap perusahaan pesaing sejenis terdapat responden yang paling banyak

menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain dengan variabel-variabel yang lebih relevan sehingga hasil penelitian yang diharapkan dapat lebih mendekati keadaan yang sebenarnya

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Agus. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: ANDI
- Ebta. 2010. Analisis Faktor Pembentuk Kualitas Jasa dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Hanafi. M. 2001. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jilid 1. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kristinawati. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: : Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Diterbitkan*.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa: Agus Widyanoro Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa; Konsep dan Implementasi, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII.
- <http://statistik.ptkpt.net/ a.php? a=penduduk&inf o1=3>, di akses pada tanggal 8 Desember 2013
- <http://www.posindonesia.co.id/> di akses pada tanggal 8 Desember 2013.