

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) KEDIRI**

***THE EFFECTS OF THE SERVICE QUALITY AND THE PRODUCT QUALITY TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION OF PT. POS INDONESIA (LIMITED LIABILITY COMPANY) KEDIRI***

Ayu Titissari, Muslikhah Dwihartanti
Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta,
ayutitissari@gmail.com, muslikhah@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (2) Besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (3) Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri dan diambil sampel sebanyak 100 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling insidental. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik Analisis data dilakukan dengan deskripsi data penelitian, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 24,8% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (2) kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 16,4% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; dan (3) kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 24,9% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research is aimed to know: (1) the amount of effect of the service quality towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (2) the amount of effect of the product quality towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (3) the amount of effects of the service quality and the product quality all together towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company). This research was an ex-post facto research with a quantitative approach. The population of this was all customers who had done transaction at PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri and there was chosen about 100 customers. Sampling technique employed in this research was incidental sampling technique. The data collecting techniques were questionnaire and documentation. Data analyzing technique was done through description of the data, analysis prerequisite test, and hypothesis test. The findings of this research show that: (1) the service quality has the effect about 24,8% and is significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (2) the product quality has the effect about 16,4% and is significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; and (3) the service quality and the product service all together have the effect about 24,9% and are significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

Pendahuluan

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.

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti TIKI, JNE, PAHALA Express dan ESL Express. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha semakin berlomba-lomba memberikan kepuasan yang terbaik untuk pelanggannya. Menurut Rambat Lupiyoadi (2004, p.349) "Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya". Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut.

Kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi serta kualitas pelayanan dan produk sangat menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi maka hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin dengan baik dan memungkinkan untuk terciptanya loyalitas pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi. Menurut Handi Irawan (2002, p.40)

ada 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Kualitas produk*
Kualitas produk adalah dimensi yang global yang memiliki 6 elemen, yaitu *performance, durability, feature, reliability, consistency dan design*.
2. *Harga*
Bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*
Kualitas pelayanan bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia.
4. *Emotional factor*
Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.
5. *Biaya dan kemudahan mendapatkan produk*
Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

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.

Menurut Fandy Tjiptono (2012, p.157) "Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai 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.

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 pada pelanggan, perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Pendapat tersebut sesuai dengan teori kualitas produk yang disampaikan oleh Djaslim Saladin (2002, p.121) bahwa, "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan".

PT. Pos Indonesia Cabang Kediri dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis, dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Kediri 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 Kediri merupakan kantor pos pusat untuk wilayah karesidenan Kediri.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Robbet Agus Juwando, SE selaku *Account Executive* Kantor Pos Kediri, 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.

Berdasarkan uraian permasalahan mengenai kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas pelayanan dan kualitas produk, maka perlu dilakukan penelitian berkenaan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri".

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto*. Penelitian ini termasuk penelitian *ex-post facto* karena bertujuan memaparkan hasil pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri yang beralamatkan di Jalan Mayjend Sungkono No. 32 Kediri. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan September 2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS

Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Responden diambil sampel secara kebetulan (*insidental*). Sampel responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Sampel yang digunakan yaitu *incidental sampling*.

Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket dan dokumentasi.

Kuesioner/angket dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket dengan item tertutup untuk responden. Kuesioner/angket yang diberikan kepada responden digunakan untuk memperoleh data mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa sejarah PT. POS Indonesia, visi dan misi PT. POS Indonesia, struktur organisasi PT. POS Indonesia, dan daftar kantor pos pembantu PT. POS Indonesia cabang Kediri.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner/angket tertutup. Penyekoran yang digunakan dalam instrumen yaitu dengan menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 4 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda *checkbox* (\surd) pada kolom jawaban yang sudah tersedia. Alternatif jawaban yang disediakan yaitu sangat setuju dengan skor 4, setuju dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, dan sangat tidak setuju dengan skor 1.

Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji coba instrumen dilakukan guna mendapatkan instrumen yang mempunyai kesahihan (*validitas*) dan kehandalan (*reliabilitas*) serta instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*. Uji coba instrumen ini dilakukan pada 30 responden di luar responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian.

1. Uji Validitas Instrumen

r_{tabel} yang digunakan untuk kuesioner responden sebesar 0,361, apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan 0,361 maka butir tersebut dikatakan valid. Kuesioner kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan 0,361.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen untuk kuesioner kualitas pelayanan memiliki reliabilitas dengan tingkat kehandalan sangat tinggi sebesar 0,891. Instrumen kuesioner kualitas produk mempunyai reliabilitas dengan tingkat kehandalan sangat tinggi sebesar 0,917. Instrumen kuesioner kepuasan pelanggan mempunyai reliabilitas dengan tingkat kehandalan sangat tinggi sebesar 0,832. Sehingga instrumen kuesioner kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dari lapangan di sajikan dalam bentuk deskriptif data dari masing-masing variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Analisis deskriptif data meliputi:

- a. Mean, Median, Modus, dan Standar Deviasi
 - b. Tabel distribusi frekuensi
 - 1) Menentukan jumlah kelas interval
 - 2) Menghitung rentang kelas (*range*)
 - 3) Menghitung panjang kelas
 - c. Histogram
 - d. Tabel kecenderungan variabel
 - e. *Pie Chart*
- ##### 2. Uji Prasyarat Analisis
- a. Uji Normalitas
 - b. Uji Linearitas
 - c. Uji Multikolinearitas
- ##### 3. Uji Hipotesis
- a. Analisis Regresi Linear Sederhana
 - b. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

Deskripsi Tempat Penelitian

PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) memiliki 3.700 Kantor Pos online yang tersebar di Indonesia, salah satu kantor pos cabangnya adalah Kantor Pos Kediri yang beralamatkan di Jalan Mayjend Sungkono No. 32 Kota Kediri, Jawa Timur. Kantor Pos Kediri mempunyai 8 loket pelayanan dengan jam kerja Hari Senin - Kamis pukul 07.00 WIB - 22.00 WIB dan Hari Jumat - Sabtu 07.00 WIB - 21.00 WIB. Kantor Pos Cabang Kediri merupakan kantor pos cabang

yang membawahi 29 kantor pos pembantu di kota dan kabupaten Kediri.

Deskripsi Data Penelitian

1. Kualitas Pelayanan

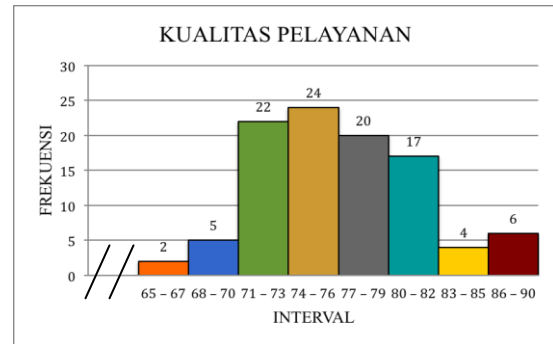
Variabel kualitas pelayanan (X1) diukur melalui kuesioner dengan 24 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 90, skor terendah 65, skor median 76, skor rata-rata 76,65, modus dari data kualitas pelayanan 72 dan standar deviasi sebesar 4,910. Skor maksimal ideal = $24 \times 4 = 96$. Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu $k = 1 + 3,3 \log n$; maka perhitungannya $= 1 + (3,3) \log 100 = 7,6$ dibulatkan 8, sehingga diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum, maka rentang data = $90 - 65 = 25$. Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval maka $25 : 8 = 3,125$ dibulatkan menjadi 3. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	65 – 67	2	2 %
2	68 – 70	5	5 %
3	71 – 73	22	22 %
4	74 – 76	24	24 %
5	77 – 79	20	20 %
6	80 – 82	17	17 %
7	83 – 85	4	4 %
8	86 – 90	6	6 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 1 distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 1. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

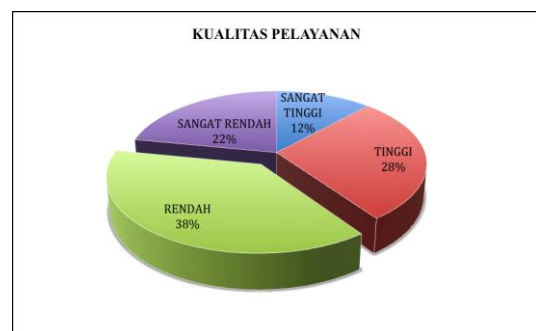
Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan kualitas pelayanan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tinggi $X \geq 82$	12	12%
2	Tinggi $78 \leq X < 82$	28	28%
3	Rendah $73 \leq X < 78$	38	38%
4	Sangat Rendah $X < 73$	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 2, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan masuk pada kategori rendah. Adapun gambaran kecenderungan variabel kualitas pelayanan yang digambarkan dalam *pie chart* sebagai berikut:



Gambar 2. Pie Chart Kecenderungan Kualitas Pelayanan

2. Kualitas Produk

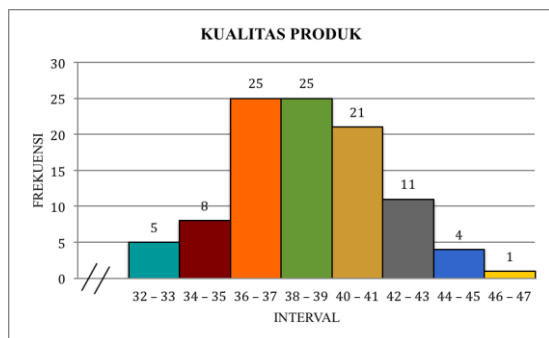
Variabel kualitas produk (X2) diukur melalui kuesioner dengan 12 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 46, skor terendah 32, skor median 38,50, skor rata-rata 38,51, modus dari data kualitas produk 36 dan standar deviasi sebesar 2,918. Skor maksimal ideal = $12 \times 4 = 48$. Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu $k = 1 + 3,3 \log n$; maka perhitungannya $= 1 + (3,3) \log 100 = 7,6$ dibulatkan 8, sehingga diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum, maka rentang data = $46 - 32 = 14$. Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval maka $14 : 8 = 1,75$ dibulatkan menjadi 2. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas produk:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	32 – 33	5	5 %
2	34 – 35	8	8 %
3	36 – 37	25	25 %
4	38 – 39	25	25 %
5	40 – 41	21	21 %
6	42 – 43	11	11 %
7	44 – 45	4	4 %
8	46 – 47	1	1 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 3 distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

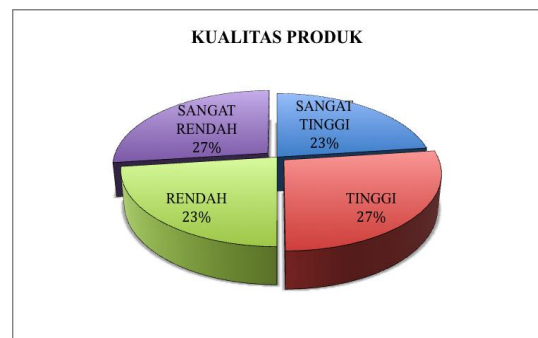
Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan kualitas produk pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Produk

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tinggi $X \geq 41$	23	23%
2	Tinggi $39 \leq X < 41$	27	27%
3	Rendah $37 \leq X < 39$	23	23%
4	Sangat Rendah $X < 37$	27	27%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk masuk pada kategori tinggi dan sangat rendah. Apabila dilihat dari nilai rata-rata sebesar 38,51 maka kualitas produk masuk pada kategori rendah. Adapun gambaran kecenderungan variabel kualitas produk yang digambarkan dalam *pie chart* sebagai berikut:



Gambar 4. Pie Chart Kecenderungan Kualitas Produk

3. Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui kuesioner dengan 12 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 47, skor terendah 30, skor median 39,00, skor rata-rata 39,08, modus dari data kepuasan pelanggan 42 dan standar deviasi sebesar 2,884. Skor maksimal ideal = $12 \times 4 = 48$. Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu $k = 1 + 3,3 \log n$; sehingga perhitungannya $= 1 + (3,3) \log 100 = 7,6$ dibulatkan 8, maka

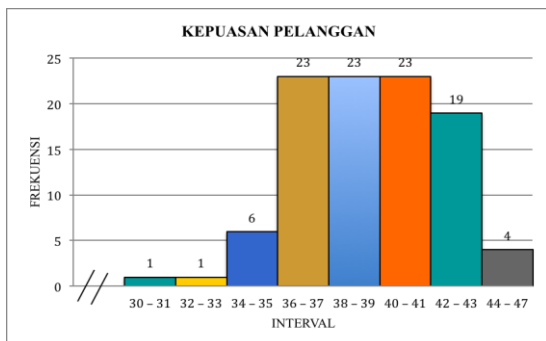
diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum, maka rentang data = 47 – 30 = 17. Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval maka 17 : 8 = 2,125 dibulatkan menjadi 2. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	30 – 31	1	1 %
2	32 – 33	1	1 %
3	34 – 35	6	6 %
4	36 – 37	23	23 %
5	38 – 39	23	23 %
6	40 – 41	23	23 %
7	42 – 43	19	19 %
8	44 – 47	4	4 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 5 distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan, dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

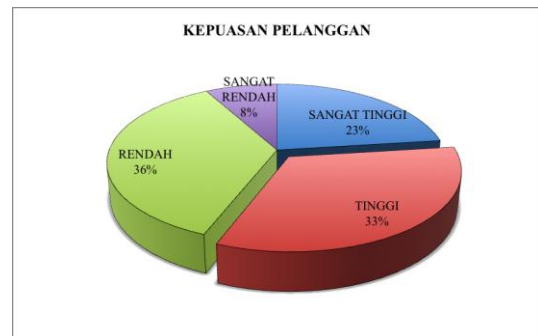
Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan kepuasan pelanggan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tinggi $X \geq 41$	23	23%
2	Tinggi $39 \leq X < 41$	33	33%
3	Rendah $36 \leq X < 39$	36	36%
4	Sangat Rendah $X < 36$	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 6, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan masuk pada kategori rendah. Adapun gambaran kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang digambarkan dalam *pie chart* sebagai berikut:



Gambar 6. Pie Chart Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebaran dari masing-masing variabel mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika nilai *Asymp. Sig* lebih besar atau sama dengan 0,05 (5%) maka distribusi data adalah normal. Pengujian normalitas menggunakan bantuan komputer program *SPSS Statistic 22 for Mac* sebagai berikut:

Tabel 7. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,089	Normal
Kualitas Produk	0,143	Normal
Kepuasan Pelanggan	0,066	Normal

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini berdistribusi normal, dibuktikan dengan semua data menunjukkan angka lebih dari 0,05.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pengujian linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*. Kriteria pengujian linieritas yaitu jika nilai signifikansi > 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linier. Pengujian linieritas dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8. Ringkasan Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X ₁ Y	0,071	Linear
X ₂ Y	0,516	Linear

Sumber: Data primer yang diolah

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi ganda yaitu untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam hubungan antara variabel bebas. Adapun untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Penentuan terjadi multikolinieritas atau tidak, apabila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac* dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9. Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
X ₁ Y	2,624	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ Y	2,624	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah

Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis 1

Hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X₁ terhadap Y

r _{hitung}	0,498
r _{tabel}	0,195
r ²	0,248
t _{hitung}	5,692
t _{tabel}	1,984
Koefisien	0,293
Konstanta	16,638
Keterangan	Positif dan Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa r hitung antara X₁ terhadap Y (r_{X₁Y}) sebesar 0,498 karena koefisien korelasi r_{X₁Y} tersebut bernilai positif, maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai koefisien determinasi (r²_{X₁Y}) sebesar 0,248 maka dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi 24,8% perubahan Kepuasan Pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 5,692 > 1,984 maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Uji Hipotesis 2

Hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini:

Tabel 11. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X2 terhadap Y

r_{hitung}	0,404
r_{tabel}	0,195
r^2	0,164
t_{hitung}	4,377
t_{tabel}	1,984
Koefisien	0,400
Konstanta	23,689
Keterangan	Positif dan Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa r hitung antara X_2 terhadap Y (r_{x_2y}) sebesar 0,404 karena koefisien korelasi r_{x_2y} tersebut bernilai positif, maka Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai koefisien determinasi ($r^2_{x_2y}$) sebesar 0,164 maka dapat diartikan bahwa Kualitas Produk mampu mempengaruhi 16,4% perubahan Kepuasan Pelanggan. Sedangkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,377 > 1,984$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Uji Hipotesis 3

Hipotesis ketiga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini:

Tabel 12. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Ganda

Variabel	X1	X2
Koefisien	0,278	0,032
Konstanta	16,553	
$R_{y(1,2)}$	0,499	
$R^2_{y(1,2)}$	0,249	
F_{hitung}	16,071	
F_{tabel}	3,090	
Keterangan	Positif dan Signifikan	

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil analisis regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X_1 dan X_2 terhadap Y ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,499. Karena koefisien korelasi $R_{y(1,2)}$ tersebut bernilai positif, maka kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,249, berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu mempengaruhi 24,9%

perubahan kepuasan pelanggan. Uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga terdapat pengaruh signifikansi kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Tabel 13. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

No	Nama Variabel	Sumbangan	
		Relatif	Efektif
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	94,53%	23,54%
2	Kualitas Produk (X_2)	5,47%	1,36%
		100%	24,9%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil analisis yang tercantum di dalam tabel 13 diketahui bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan Sumbangan Efektif sebesar 24,9% terhadap kepuasan pelanggan dan sebesar 75,1% diberikan oleh faktor atau variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien (r_{x_1y}) sebesar 0,498 dan harga koefisien determinasi ($r^2_{x_1y}$) sebesar 0,248. Besar koefisien determinasi memiliki makna yaitu besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 24,8%. Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 5,692 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hasil uji t diketahui bahwa t_{hitung} menunjukkan angka lebih besar daripada t_{tabel} , atau $5,692 > 1,984$, sehingga pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Berdasarkan pemaparan hasil analisis harga koefisien korelasi, harga koefisien determinasi dan uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan.

Pelayanan yang diberikan di PT POS terhadap pelanggan haruslah berkualitas. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Adanya petugas *customer service* lebih dari 1 pada PT. POS Kediri memberikan kemudahan untuk mengetahui informasi tentang PT. POS. Penambahan jumlah petugas *customer service* merupakan salah satu cara PT. POS Kediri memberikan kemudahan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas di PT Pos juga dapat ditempuh dengan penambahan fasilitas mesin pencetak tiket antrian sehingga pelanggan tidak akan mengantri dengan berdiri di depan loket.

Pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan dalam pengiriman barang menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para pelanggan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi PT. POS Kediri, karena dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan berarti PT. POS Kediri telah memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan maksimal. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta menjadikannya fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien (r_{x_2y}) sebesar 0,404 dan harga koefisien determinasi ($r^2_{x_2y}$) sebesar 0,164. Besar koefisien determinasi memiliki makna yaitu besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 16,4%. Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,377 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hasil uji t diketahui bahwa t_{hitung} menunjukkan angka lebih besar daripada t_{tabel} , atau $4,377 > 1,984$, sehingga pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Berdasarkan pemaparan hasil analisis harga koefisien korelasi, harga koefisien determinasi

dan uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pelanggannya. Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan pelanggan ketika membeli dan menggunakan suatu produk. Jika perusahaan memperhatikan kualitas, maka pelanggan tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang penting dan perlu mendapat perhatian dari PT. POS. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh PT. POS Kediri, maka PT. POS Kediri tersebut akan dapat tetap memuaskan para pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Paket pos yang beragam dan memiliki jangkauan luas untuk pengirimannya harus dapat diimbangi dengan peningkatan kualitas produk. Oleh karena itu agar produk dari PT. POS berkualitas maka perlu adanya evaluasi mengenai pelaksanaan pengiriman paket yang berakhir pada keterlambatan sehingga dapat meminimalisir keterlambatan pengiriman paket pos. Dengan demikian kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa serta kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Hasil analisis dengan menggunakan regresi ganda diperoleh harga koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,499 dan harga koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,249 yang artinya pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 24,9% kemudian 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dipenelitian ini. Pada uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,071 dan F_{tabel} sebesar 3,090. Hasil uji menunjukkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} atau $16,071 > 3,090$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas

pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Membangun kepuasan pelanggan merupakan inti dari pencapaian jangka panjang. Apabila tingkat harapan tinggi, sementara pekerjaannya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila pekerjaan melebihi apa yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki pelanggan cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama harus diperhatikan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dicapai.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,498; koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,248. Berdasarkan koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,248, artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 24,8%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*)

Kediri. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,404; koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,164. Berdasarkan koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,164, artinya kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 16,4%.

3. Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Nilai koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,499 dan koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,249. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama sebesar 24,9% didapat dari sumbangan efektif yang telah dihitung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan kepada PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri sebagai berikut:

1. Kantor pos diharapkan dapat meningkatkan kinerja pelayanannya dengan cara menambah pegawai atau karyawan di bagian *customer service* serta lebih banyak membuka pelayanan transaksi di loket yang tutup pada saat jam operasional.
2. Kantor pos diharapkan dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan agar tercipta kenyamanan saat bertransaksi. Kenyamanan saat bertransaksi dapat tercipta dengan menyediakan sistem nomor antrian, karena dengan sistem nomor antrian tersebut membuat pelanggan yang ingin bertransaksi tidak harus menunggu antrian dengan berdiri di depan loket.
3. Kantor pos sebaiknya memberitahukan apabila kantor pos memiliki klaim asuransi jika barang hilang dan rusak meskipun klaim asuransi berbayar. Adanya pemberitahuan klaim asuransi berbayar, para pelanggan akan mudah mengerti apabila tidak membayar klaim asuransi maka jika nanti terjadi kerusakan dan kehilangan tidak bisa melakukan klaim asuransi.

Daftar Pustaka

- Rambat Lupiyoadi. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.

Handi Irawan. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

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

Djaslim Saladin. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Profil Singkat

Ayu Titissari lahir pada tanggal 17 April 1994 di Kediri, Jawa Timur. Saat ini menyelesaikan studi di Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2012.

Muslikhah Dwihartanti, SIP., M.Pd adalah dosen Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran. Lahir di Kulonprogo tanggal 11 Mei 1978. Menempuh pendidikan S1 bidang Administrasi Negara di Universitas Gadjah Mada serta S2 Teknologi Pembelajaran di Universitas Negeri Yogyakarta.