

**KAJIAN BERBASIS KUALITAS LAYANAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS CABANG
SEMPU BANYUWANGI**

Hendi Suseno

Alumni Prodi Manajemen FE Unmuh Jember

Rudi Kusubagio

Staf Pengajar Prodi Manajemen FE Unmuh Jember

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Kajian berbasis kualitas pelayanan dampaknya terhadap kepuasan konsumen. (Studi kasus pada Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi)”. Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Cabang Sempu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pembeli dan pengguna jasa Kantor Pos di Cabang Sempu, dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 6 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian : 1). Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara simultan dan parsial dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. 2). Menunjukkan bahwa ada Kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi dengan arah positif.

Kata kunci : Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti fisik dan Kepuasan konsumen

ABSTRACT

This research titled "Assessment-Based Quality of Service Impact on Consumer Satisfaction. (Case Study on Post Office Branch Sempu, Banyuwangi) ". This research was aimed to know the effect of reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles and simultaneous partial effect on customer satisfaction on Post Office Branch Sempu. The population in this research is that the buyers and users of public services at the Post Office Branch Sempu, the number of respondents as many as 90 people. Variables used as many as 6 variables. Analysis tool used is multiple linear regression analysis. Results of the study: 1). The results of testing the coefficient of multiple linear regression analysis, showed reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles and partial effect simultaneously with the positive direction of consumer satisfaction Sempu Branch Post Office, Banyuwangi. 2). Indicates that there are reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles significant effect with the positive direction of

consumer satisfaction in Sempu Branch Post Office, Banyuwangi with the positive direction.

Keywords: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, physical and consumer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, kondisi ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai yang dianut dan cara pandang masyarakat. Masyarakat lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya, sehingga mereka lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Pada prinsipnya definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan peanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2007).

Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan disegala bidang. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing perusahaan yang berorientasi pada dasar yang harus berusaha mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mencari dan mengisi secara menguntungkan (Kotler, 2007).

Kepuasan para pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan daya saing untuk memenangkan persaingan. Sebab kalau pelanggan tidak puas mereka akan menyikapi dengan meninggalkan perusahaan dan beralih menjadi pelanggan pihak pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan laba dan pada akhirnya akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. hal ini didukung dengan tingkat kecepatan dari fasilitas yang diberikan menjadi tujuan utama, sehingga pengiriman menjadi lebih cepat dan terjamin. pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan pelanggan yang puas Schnaas dalam Tjiptono Dan Chandra, (2005).

PT. Pos Indonesia merupakan BUMN yang bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang. Pengiriman barang belum dapat tergantikan dengan teknologi manapun dengan piranti apapun. Salah satu diferensiasi produk yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia adalah jasa layanan pengiriman paket. Jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pangsa pasar jasa pengiriman paket dikuasai oleh perusahaan jasa titipan swasta, mendorong motivasi, persepsi, dan sikap konsumen. Untuk dapat menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Munculnya para pesaing tersebut

memberi pengaruh kepada PT. Pos Indonesia.

Kotler (2007) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Begitu juga dengan Kantor Pos Sempu yang beralamatkan di Jalan Kalistail, ini telah memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada pelanggannya. Kantor Pos Sempu sebagai lembaga yang beorientasi bisnis sekaligus sosial dalam menghadapi persaingan tidak lepas dari usahanya menunjukkan kualitas jasanya untuk memenuhi harapan, mencari, dan mempertahankan pelanggan ditinjau dari sisi pelanggan dengan latar belakang yang berbeda, baik dari segi ekonomi, sosial, pendidikan, dan lain-lain, dapat dibentuk persepsi dan harapan tentang Kantor Pos Sempu.

Alasan diadakan penelitian di Kantor Pos Sempu karena selama ini, banyak orang menganggap bahwa menggunakan jasa Kantor Pos tidak efektif dan kurang memadai, salah satunya adalah jasa pengiriman surat yang membutuhkan waktu relatif lama dan terkadang mengalami keterlambatan. Selain itu, hilangnya barang yang selama ini dikeluhkan oleh masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman paket barang kebeberapa tempat dalam negeri atau luar negeri. Munculnya pesaing baru yang bergerak dibidang sama, serta kemajuan teknologi pada bidang telekomunikasi yang membuat masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih jasa yang akan digunakan.

LANDASAN TEORITIS

Kualitas Layanan

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang bermanfaat (*benefits*) bagi pelanggan dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah: (Tjiptono, 2008)

a. **Kehandalan (*Reliabilitas*)**

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Contohnya: kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap dan tanggung jawab.

b. **Daya tanggap (*Responsiveness*)**

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tanggap. Contohnya: langsung melayani konsumen dan menjawab keluhan konsumen kantor pos dengan cepat.

c. **Jaminan (*Assurance*)**

Mencakup Pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dan dimiliki oleh karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi,

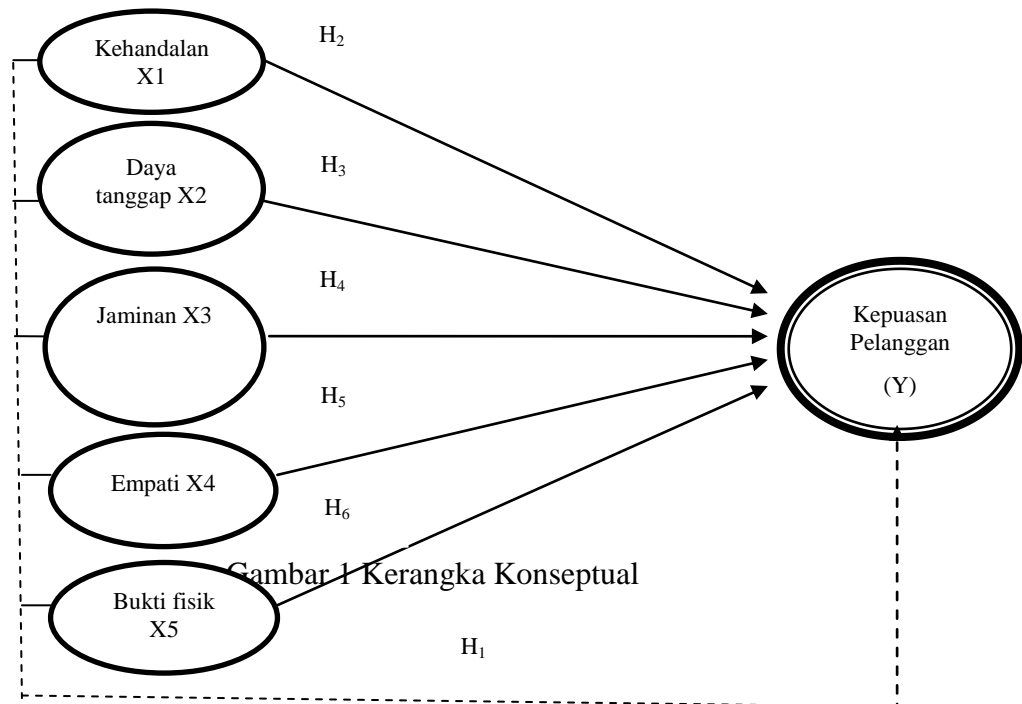
- kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- d. Empati (*Emphaty*)
Kemudahan dalam menjalin hubungan, komonikasi yang efektif, perhatian yang personal. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangible*)
Kemampuan perusahaan menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal atau penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya meliputi bukti fisik, perlengkapan, kariyawan, dan sarana komonikasi. Contohnya: kelengkapan peralatan, ruang tunggu yang baik.

Kepuasan Konsumen

Menurut Mowen dalam Tjiptono (2007) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakainya. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluative purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Menurut pendapat Kotler dalam Tjiptono (2007) kepuasan pelanggan adalah produk tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut, adapun definisi operasional dari masing-masing variabel ini adalah sebagai berikut

a. Variabel Bebas (X)

- 1) Kehandalan (X_1), yaitu kemampuan yang telah diberikan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan, dengan segera, akurat dan memuaskan.

Indikator :

- a) Pelayanan sesuai harapan konsumen
- b) Karyawan memiliki kecepatan dalam melayani
- c) Keahlian dan pengetahuan yang dimiliki karyawan

- 2) Daya tanggap (X_2), yaitu respon yang diberikan oleh perusahaan terhadap keluhan-keluhan dari konsumen tentang pelayanan.

Indikator :

- a) Karyawan siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan
- b) Karyawan cepat tanggap dalam melayani kepentingan pelanggan
- c) Karyawan bersedia mendengarkan keluhan pelanggan

- 3) Jaminan (X_3), yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi konsumennya.

Indikator :

- a) Karyawan sopan dalam melayani pelanggan
- b) Karyawan terampil dalam melayani pelanggan
- c) Karyawan dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan SOP

- 4) Empati (X_4), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen (misalnya sikap saat berkomunikasi dan kinerja).

Indikator :

- a) Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan
- b) Karyawan mau memberi perhatian kepada pelanggan
- c) Karyawan memahami/ tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan

- 5) Bukti fisik (X_5), yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang disediakan (misalnya tempat parkir, fasilitas AC, tempat penataan barang atau outlet).

Indikator :

- a) Kualitas jasa yang ditawarkan

- b) Inovasi produk dan varian produk jasa yang ada dan ditawarkan
- c) Fasilitas fisik dan perlengkapan (seperti tempat parkir, AC, dll)

b. Variabel Terikat (Y)

- 1) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Indikator :

- a) Anda puas terhadap kinerja karyawan
- b) Anda puas terhadap kualitas pelayanan
- c) Anda puas akan fasilitas yang ada

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan pengguna jasa kantor Pos Sempu. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non probability Sampling* (Sugiyono, 2007). Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 90 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian dikalikan dengan 5 ($18 \times 5 = 90$).

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi variabel yang mempengaruhi disebut independent variable (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut dependent variable (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat salah satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai regresi sederhana, sedangkan jika variabelnya bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda (Prayitno, 2010). Untuk mengetahui pengaruh kehandalan empati, daya tanggap, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi, digunakan analisis regresi linier berganda (Prayitno, 2010) ;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Karakteristik pada masing-masing variabel

a = konstanta atau besarnya koefisien masing-masing variabel sama dengan nol

b_1 = besarnya pengaruh kehandalan

b_2 = besarnya pengaruh daya tanggap

b_3 = besarnya pengaruh jaminan

b_4 = besarnya pengaruh empati

b ₅	= besarnya pengaruh bukti fisik
X ₁	= variabel kehandalan
X ₂	= variabel daya tanggap
X ₃	= variabel jaminan
X ₄	= variabel empati
X ₅	= variabel bukti fisik
Y	= kepuasan pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda berkaitan dengan studi ketergantungan suatu variabel *dependen* pada satu atau lebih variabel *independen* dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel *independen* yaitu kehandalan, daya tanggap jaminan, empati dan bukti fisik serta variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan. Berikut pada Tabel 1. disajikan hasil analisis regresi linear berganda ;

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel <i>Independent</i>	<i>Unstandardized</i> <i>ed</i> <i>Coefficients B</i>	t	t _{tabel}	Sig.	a	Keterangan
(Constant)	-0,310	-	-	-	-	-
Kehandalan (X ₁)	0,373	4,698	> 1,663	0,000	< 0,05	Signifikan
Daya Tanggap (X ₂)	0,223	2,338	> 1,663	0,022	< 0,05	Signifikan
Jaminan (X ₃)	0,358	4,028	> 1,663	0,000	< 0,05	Signifikan
Empati (X ₄)	0,227	2,419	> 1,663	0,018	< 0,05	Signifikan
Bukti Fisik (X ₅)	0,204	2,201	> 1,663	0,036	< 0,05	Signifikan

Adjusted R Square = 0,858

F. Hitung = 108,577

Sig. F = 0,000

Sumber : Data diolah 2014

Berdasarkan koefisien regresi, maka persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah ;

$$Y = -0,310 + 0,373X_1 + 0,223X_2 + 0,358X_3 + 0,227X_4 + 0,204X_5 + 0,2626$$

Uji Hipotesis

a. Uji t

Hasil analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap variabel

dependen yaitu kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (untuk menguji pengaruh secara parsial) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan sebagai berikut ;

- 1) Variabel kehandalan (X1) memiliki nilai t 4,698 > 1,663 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. thitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel kehandalan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan;
- 2) Variabel daya tanggap (X2) memiliki nilai t 2,338 > 1,663 dan signifikansi $0,022 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. thitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel daya tanggap maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan;
- 3) Variabel jaminan (X3) memiliki nilai t 4,028 > 1,663 dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. thitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel jaminan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan;
- 4) Variabel empati (X4) memiliki nilai t 2,419 > 1,663 dan signifikan $0,018 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. thitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel empati maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan;
- 5) Variabel bukti fisik (X5) memiliki nilai t 2,201 > 1,663 dan signifikan $0,036 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi. thitung positif, maka jika ada peningkatan pada variabel bukti fisik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan,

b. Uji F

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (dalam hal ini untuk menguji pengaruh secara simultan) diperoleh hasil, yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($108,577 > 3,32$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi.

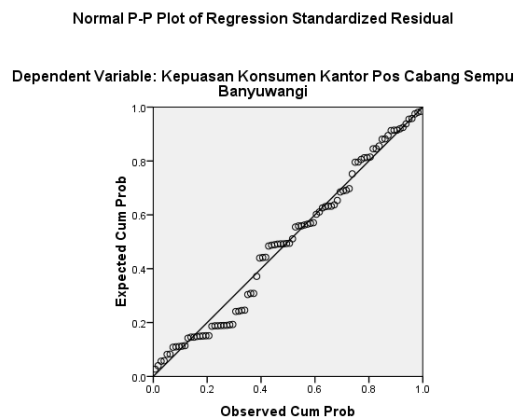
c. Koefisien Determinasi Berganda

Hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi, dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* (R^2) menunjukkan sebesar 0,858 atau 85,8% dan sisanya 14,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti harga jasa, produk jasa yang ditawarkan, cara pembayaran dan akses informasi.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hasil pengujian disajikan pada Gambar 1, sebagai berikut ;



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Gambar 1, menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

2) Multikolinieritas

Tabel 2 Uji Multikolinieritas

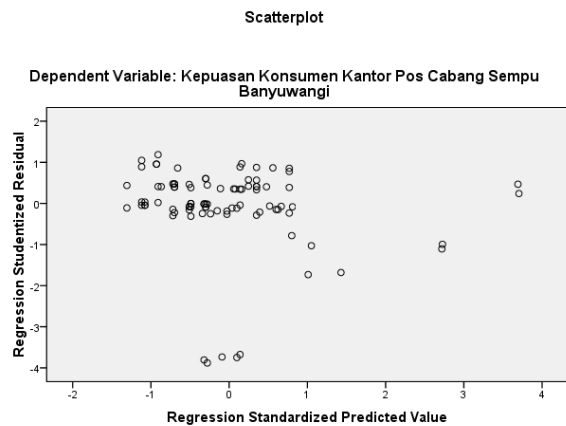
<i>Test of Multikolinierity</i>	VIF	<i>Cutt off</i>	Keterangan
Kehandalan (X_1)	3,184	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Daya Tanggap (X_2)	1,691	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Jaminan (X_3)	4,205	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Empati (X_4)	4,489	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Bukti Fisik (X_5)	3,997	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2014

Pada tabel 2, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen karena menunjukkan nilai VIF kurang dari 10.

3) Heteroskedastisitas

Hasil pengujian disajikan pada Gambar 2, sebagai berikut ;



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2, menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas, karena tebaran data tidak membentuk garis tertentu atau tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

Pembahasan

Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu, Banyuwangi

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel kehandalan sebesar 0,373 atau 37,3% dengan arah positif. Kehandalan sebagai kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya pelayanan yang sesuai harapan pelanggan yang diberikan oleh karyawan yang bertugas dalam penyajian jasa ataupun produk telah menciptakan adanya nilai dalam penyajian sebuah produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggannya sehingga pelanggan merasa senang didalam melakukan transaksi jasa, adanya karyawan yang memiliki kecepatan dalam melayani pelanggan telah menciptakan adanya kesesuaian didalam bertransaksi karena pelanggan merasa puas terhadap kinerja yang ditampilkan oleh karyawan yang bertugas, dan adanya karyawan memiliki keahlian dan pengetahuan dalam melayani pelanggan telah memberikan adanya kenyamanan didalam bertransaksi karena pelanggan merasa karyawan yang berkerja memiliki profesionalisme didalam berkerja.

Dimensi reabilitas yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya. Dimensi ini mencakup

dua aspek ,yang pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada kesalahan. Ada tiga hal besar yang dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat *reliability*. Pertama adalah pembentukan budaya kerja “*error free*” atau “*no mistake*”; Kedua, perusahaan perlu mempersiapkan infrastuktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan “*no mistake*”. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus menerus dan menekankan kerja *team work*; Ketiga, diperlukan tes sebelum suatu layanan ini (Irawan, 2004).

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel daya tanggap sebesar 0,223 atau 22,3% dengan arah positif. Daya tanggap sebagai respon yang diberikan oleh perusahaan terhadap keluhan-keluhan dari konsumen tentang pelayanan adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya karyawan siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan telah memberikan adanya rasa gembira kepada pelanggan sehingga proses transaksi akan menjadi menyenangkan, adanya karyawan yang cepat tanggap dalam melayani kepentingan pelanggan telah menciptakan adanya kepuasan pelanggan karena kinerja pelayanan yang diberikan memang mencerminkan kualitas didalam berkerja dan melayani pelanggan, dan adanya karyawan yang bersedia mendengarkan keluhan pelanggan telah memberikan adanya rasa nyaman sehingga harapan pelanggan yang menginginkan kinerja yang lebih baik dalam proses pembelian ulang dapat disesuaikan dengan apa yang dikeluhkan dan diharapkan oleh pelanggan.

Responsiviness adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hamper dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu . Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat (Parasuraman dalam Tjiptono, 2004).

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan pelanggan

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel jaminan sebesar 0,358 atau 35,8% dengan arah positif. Jaminan sebagai perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi konsumennya adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya karyawan yang sopan dalam melayani

pelanggan telah menciptakan adanya rasa sesuai yang memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan yang bertransaksi merasa nyaman terhadap sikap yang diberikan oleh karyawan telah menumbuhkan adanya rasa senang didalam diri pelanggan, adanya karyawan yang terampil dalam melayani pelanggan telah menciptakan adanya keyakinan bahwa perusahaan sebagai penyedia jasa benar-benar memberikan keutamaan didalam memberikan kenyamanan didalam bertransaksi dan adanya karyawan yang menjalankan tugasnya sesuai dengan SOP telah memberikan adanya kehandalan dalam pelayanan sehingga suatu pelayanan yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggannya.

Assurance, yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan (Parasuraman dalam Tjiptono, 2004:14). Jaminan yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan untuk mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan perlu menciptakan rasa aman bagi pelanggannya (Tjiptono, 2005)

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel empati sebesar 0,227 atau 22,7% dengan arah positif. Empati sebagai kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen (misalnya sikap saat berkomunikasi dan kinerja) adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan telah memberikan adanya kepuasan terhadap kinerja yang diberikan karyawan Kantor Pos Sempu sehingga akan menciptakan adanya rasa ingin atau keinginan didalam melakukan proses beli ulang karena pelayanan yang diberikan telah sesuai harapan, adanya karyawan yang mau memberi perhatian kepada pelanggan didalam mencari kebutuhannya telah memberikan adanya rasa kepercayaan dan keyakinan terhadap kinerja yang diberikan sehingga pelanggan akan merasa sesuai dan senang dengan kinerja pelayanan yang telah dilakukannya, dan adanya karyawan memahami/ tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan telah menciptakan adanya kemudahan bagi pelanggan sehingga pelanggan yang bertransaksi akan merasakan adanya nilai tambah dari sebuah pelayanan yang telah dilakukan oleh karyawan Kantor Pos Sempu.

Menurut Parasuraman (Tjiptono, 2004), *emphaty* berarti perusahaan memahami masalah pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian secara personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan

perhatian personal kepada para pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan dan mampu berkomunikasi yang baik

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel bukti fisik sebesar 0,204 atau 20,4% dengan arah positif. Bukti fisik sebagai penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang disediakan adalah baik, dengan artian lain bahwa kualitas jasa yang ditawarkan oleh penyedia produk kepada pelanggannya telah memberikan adanya kesesuaian didalam bertransaksi yang dilakukan oleh pelanggannya sehingga menjadikan pelanggan ingin melakukan proses pemakaian jasa ulang karena jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan harapan pelanggannya, adanya inovasi dan varian produk jasa yang ditawarkan penyediaan jasa dengan menyiapkan berbagai varian produk telah menjadikan pelanggan nyaman dalam memilih varian produk jasa yang sesuai dengan kebutuhannya, dan adanya perlengkapan fasilitas fisik seperti AC, toilet, dan parkir telah dirasa memadai dan sesuai dengan harapan dari pelanggannya sehingga harapan pelanggan akan merasa nyaman dan telah sesuai dengan keinginan dari pelanggannya.

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2004), suatu servis tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

- a. Variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi dengan arah positif, maka jika ada peningkatan atau perbaikan pada kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik maka akan memberikan pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi;
- b. Variabel dimensi kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi dengan arah positif, maka jika ada peningkatan atau perbaikan pada kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik maka akan memberikan pengaruh

dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disarankan ;

- a. Pihak Manajemen Kantor Pos Indonesia Cabang Sempu Banyuwangi diharapkan lebih mampu mengembangkan kualitas layanan pada dimensi kehandalan dan jaminan, karena dengan adanya pengembangan kualitas layanan yang lebih baik, maka diharapkan dapat menciptakan adanya kepuasan pelanggan dan menumbuhkan adanya rasa loyalitas pelanggan;
- b. Pihak Manajemen Kantor Pos Indonesia Cabang Sempu Banyuwangi diharapkan tetap menjaga kualitas kinerja dari dimensi bukti fisik, daya tanggap dan empati, karena dengan terjaganya kualitas dari ketiga dimensi tersebut, diharapkan tetap dapat memberikan dan menjaga adanya kesesuaian dari dimensi kualitas layanan dan menciptakan adanya kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sempu Banyuwangi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada ;

- a. Dr. Nurul Qomariah, MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Rudi Kusubagio.MM., selaku Dosen Pembimbing II;
- b. Pihak Manajemen PT. Pos Indonesia Cabang Sempu Banyuwangi, yang telah memberikan kesempatan untuk memberikan jawabannya didalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustyn. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kantor Pos Purworejo, Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang
- Ferdinand, Agusty. 2006. Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen dan Edisi 2. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- . 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi, BP Undip: Semarang.
- Gulo, W. 2003. Metodologi Penelitian. Jakarta : Media Presindo.
- Ghozali, Imam. 2005 “Aplisasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Husain, Umar. 2005. Riset Pemasaran Perilaku Konsumen, penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Irawan & Swastha dan. 2006. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty

- J. Supranto. 2004. Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kartika, Wahyu. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa Di Kab.Bekasi). Skripsi Uneversitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2007, Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Revisi. Jakarta.
- . 2007, Manajemen Pemasaran, Prenhallindo, Jakarta.
- . 2007. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gery Amstrong, 2007. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta, Prenhalindo.
- Irawan & Swastha dan. 2006. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Latan, Hengky. 2013. Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi. Bandung : Alfabeta
- Prayitno, Duwi. 2010. Paham Analisa Data Statistik. Yogyakarta : MediaKom
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Pelayanan Jasa. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kurniawan, Adi. 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express diPT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Cunkir. STKIP Jombang.
- Latan, Hengky. 2013. Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi. Bandung : Alfabeta
- Lovelock, Chirtopher. 2011, Pemasaran Jasa Manusia, Tehnologi, Strategi. Erlangga, Jakarta.
- Maholtra, Naresh. 2006. Marketing Reseach An Aplied Approach. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Mayangsari, Nina, 2007. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Cabang Karimata Jember. Universitas Jember
- Nasir, Muhamad. 2005. Metode Penelitian, Tehnik dan Ilmu Pengetahuan Statistik dan Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS. Yogyakarta: MediaKom
- Sularso, Andi. 2005. Manajemen Jasa. Fakultas Ekonomi : Universitas Jember.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra, 2005, Service, Quality & Satisfaction, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Menajemen Jasa, Edisi pertama. ANDI offset, Yogjakarta.