

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia**

**Amsal Bernadus Paa<sup>1</sup>, Philipus Sinay<sup>2</sup>, Hendry J. Jantje<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>*Universitas Kristen Papua, Indonesia*

**Corresponding Author** ✉ [amsalpaa94@gmail.com](mailto:amsalpaa94@gmail.com)

### **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of package delivery service quality on consumer satisfaction at PT. Indonesian post. Malawili Aimas Sub-Branch Office, Sorong Regency. The data analysis method used is quantitative descriptive analysis. significant test through (t-test), using simple linear regression and coefficient of determination (R<sup>2</sup>). The population in this study were all consumers at PT. Indonesian post. The Malawili Aimas Sub-Branch Office, Sorong Regency, totaled 590 respondents. The sample was 85 respondents. Primary data were obtained through interviews, questionnaires and documentation studies. From the results of data processing simple linear regression analysis using the SPSS for windows version 25 program, the regression equation  $Y = 8.704 + 0.619X$ , the regression coefficient value of 0.619 means that every time there is a change and an addition of one percent in the variable quality of package delivery services, the variable satisfaction consumer satisfaction will increase by 0.619 if the variable quality of package delivery services is zero, then customer satisfaction has a value of 8.704. In the coefficient of determination test obtained R square 58.6%. This means that the quality of package delivery services affects customer satisfaction by 50.1%. while the remaining 49.9% is influenced by other factors not analyzed in this study. The results of the t-test, where  $t_{count} > t_{table}$  9.239 > 1.6634, it can be said that the variable quality of package delivery services has a positive and significant effect on consumer satisfaction

**Keywords:** *Service Quality Package Delivery, Consumer Satisfaction, Service Quality*

### **ARTICLE INFO**

*Article history:*

Received

September 01,  
2022

Revised

October 11, 2022

Accepted

November 08,  
2022

How to cite

Paa, A., Sinay, P., & Jantje, H., (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. *Attractive : Innovative Education Journal*, 4(3). 427-445.

Journal Homepage

<https://www.attractivejournal.com/index.php/aj/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Published by

CV. Creative Tugu Pena

### **PENDAHULUAN**

Pada tanggal 20 Juni 1995, Pos Indonesia berubah status menjadi Persero. Dengan berganti status PT. Pos Indonesia kini perusahaan tersebut menjadi mandiri, PT. Pos Indonesia diharapkan dapat memberikan layanan jasa Pos lebih profesional terhadap masyarakat. Saat ini masyarakat semakin sadar bahwa pelayanan public adalah bagian internal bagi masyarakat, karena semua norma nilai dan kepentingan bersama masyarakat harus diperhatikan. PT. Pos Indonesia (Persero) harus berkembang menjadi *millenial* dalam hal segi pelayanan agar dapat menjadi tulang punggung *logistic e-commerce* di Indonesia.

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis, dimana pada jaman yang canggih ini penulis ingin mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan dirasa kurang maksimal sehingga pelanggan merasakan suatu ketidakpuasan. Dalam hal ini permasalahan yang sering terdapat pada Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong adalah pelanggan komplek akibat paket belum tiba, alasannya karena tidak sampai sesuai dengan waktu yang ditentukan seperti lebih satu hari baru paketnya sampai.

Dengan jumlah pegawai 2 orang dibagian pelayanan konsumen dari Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong diharapkan bisa ditingkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen puas bisa bersaing atau bahkan melebihi kualitas pelayanan perusahaan lain. Pelayanan yang baik konsumen akan kembali lagi (Satriyono & Kristanti, 2018). Beberapa perusahaan lain yang memiliki jasa pengiriman seperti JNE, J&T, express dirasa sudah cukup modern dalam hal teknologi hal ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat dalam hal pengiriman.

Keunggulan dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong yang membedakan dari jasa logistic lainnya adalah sudah berdiri cukup lama dan terpercaya untuk pengiriman paket, surat-surat penting semacam BPKB, STNK, KTP dan lainnya. Perusahaan tersebut juga mempunyai fasilitas pengiriman uang atau mengambil dana pensiun. Dan sekarang juga PT. Pos Indonesia sudah memiliki "Aplikasi Posaja" aplikasi ini dapat mempermudah pelanggan, digunakan untuk melakukan order pengiriman surat atau paket. Dengan aplikasi ini pelanggan dapat melakukan sendiri mengetik data pengirimannya dan melakukan permintaan penjemputan kiriman, langsung dijemput oleh petugas pickup di lokasi pengirim yang melakukan order. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa pengiriman paket terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong.

### **Kajian Teori**

Menurut Kotler & Keller (2012) yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono jasa dapat didefinisikan sebagai "setiap Tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* yang hanya bisa dirasakan penggunaannya atau si pemesan jasa tersebut dan tidak ada sifat kepemilikan dalam jasa. Menurut Kotler yang dikutip Kembali oleh Fandy Tjiptono (2014), secara garis besar karakteristik jasa terdiri dari *intangibility, inseparability, variability/heterogeneity, perishability, & lack of ownership*.

#### *a. Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, Tindakan, pengalaman, proses, kinerja ( performance ) atau usaha. Oleh karena itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

#### *b. Inseparability*

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

#### *c. Heterogeneity/ Variability*

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *non-standard=ed output* artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

#### *d. Perishability*

*Perishability* berarti jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama.

e. *Lack of ownership*

Merupakan perbedaan dasar antara barang dan jasa. Pada pembelian barang konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka dapat mengkonsumsi, menyimpan dan menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.

**B. Kualitas Pelayanan** Menurut Tjiptono kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan didalam memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen (Tjiptono, 2019).

Kualitas merupakan salah satu kunci sukses dari setiap bisnis yang dijalankan. Suatu keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor (Ahmed et.al, 2010).

Menurut kotler menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti :

- a. Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- b. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
- c. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan .
- d. Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati pelanggan.
- e. Kendala, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
- f. Responsive, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.

**1. Indikator Kualitas Pelayanan**

Berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu :1. Bukti Fisik (*Tangible*), 2. Keandalan (*Reliability*), 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), 4. Jaminan (*Assurance*), 5. Empati (*Empathy*) (Tiurniari Purba, 2020)

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik di mana tempat jasa diciptakan dan digunakan untuk mendukung peranan jasa, yang bersifat berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan tersebut.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan suatu sistem untuk melakukan fungsi yang ditentukan dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi yang dirancang untuk beroperasi.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*):

Daya Tanggap adalah bagaimana perusahaan memberikan layanan yang cepat terhadap semua keinginan dan kebutuhan penumpang.

d. Kepedulian (*Empathy*):

Empathy adalah kemampuan untuk memahami apa yang dirasakan orang lain, dan dapat melihat dari sudut pandang orang tersebut.

e. Jaminan (*Assurance*).

Jaminan merupakan suatu barang atau benda yang diberikan oleh debitur kepada kreditur dalam pengajuan suatu pinjaman.

### C. Kepuasan Konsumen

#### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Dari beberapa definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang baik senang ataupun kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara apa yang diterima dan harapan akan suatu produk (Daryanto dan Ismanto, 2014).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa (Bat Erdene Jargalsaikhan et al, 2019)

Menurut (Lovelock & Wirtz,) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi. Dengan kata lain, jika konsumen merasa apa yang diperoleh lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Jika apa yang diperoleh konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan puas, sedangkan ketika apa yang diperoleh sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen dalam keadaan netral atau merasa tidak puas dan puas.

#### 2. Manfaat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen telah menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politis. Selain itu, kepuasan konsumen berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, antara lain :

- a. Berdampak positif pada loyalitas konsumen
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembeli ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*.
- c. Menekan biaya transaksi konsumen di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan.
- d. Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
- e. Meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan konsumen untuk membayar harga premium dan konsumen cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih.
- f. Meningkatkan *bargaining power relatif* perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

#### 3. Indikator Kepuasan Konsumen

Ada indikator kepuasan pelanggan yaitu: Terpenuhinya harapan pelanggan, Kualitas layanan, Loyalitas, Reputasi yang baik, Lokasi.

- a. Terpenuhinya Harapan Pelanggan: adalah bentuk dasar dari sebuah kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan oleh pelanggan.
- b. Kualitas Layanan:  
Tingkat layanan yang berkaitan dengan sebuah harapan dan kebutuhan konsumen.
- c. Loyalitas:  
Tindakan yang menunjukkan sebuah dukungan dan kepatuhan yang konstan kepada instansi tempatnya bekerja.
- d. Reputasi Yang Baik:

Reputasi yang baik adalah salah satu konsep diri yang positif, di mana di dalamnya terdapat citra diri yang positif.

e. Lokasi:

Adalah usaha dianggap sebagai suatu tempat keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong adalah Metode Penelitian Kuantitatif dengan teknik survey untuk menguji hipotesis atas sampel yang diambil dari suatu populasi. Metode survey menurut Sugiyono adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variable dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel independent dan dependent dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner). (Sugiyono, 2018). Tempat penelitian ini dilakukan pada Kantor Pos KCP, Jln. Nangka Malawili Aimas Kabupaten. Waktu penelitian dilakukan dalam kurung waktu 3 bulan, yang berlangsung mulai bulan Februari sampai dengan bulan April 2022. Jadi populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong. Yang berjumlah 590 orang.

No	Bulan	Jumlah Pengiriman
1.	Februari	170
2.	Maret	190
3	April	230
	Jumlah	590

TABEL. II

### JUMLAH PENGIRIMAN PAKET BULAN FEBRUARI-APRIL 2022

Sumber data : Hasil Penelitian data diolah Kembali, 2022

#### 1. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Syarat utama pemilihan sampel satu populasi adalah bahwa sampel tersebut dapat mewakili populasi. Untuk populasi itu, untuk sampel yang di ambil dari populasi harus benar-benar *representative* atau mewakili (Sugiyono). Sampel adalah beberapa bagian dari suatu keseluruhan yang dipilih secara khusus untuk mewakili keseluruhan. Dalam penelitian ini menggunakan total *Sampling* yang artinya keseluruhan populasi yang diambil berjumlah dalam penelitian ini adalah 590 orang.

Berdasarkan populasi yang ada, maka sampel yang digunakan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{n}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{590}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1 + 590 (0,1)^2}{1 + 590 (0,01)}$$
$$n = \frac{590}{6,9}$$
$$n = 85$$

Jadi sampel yang digunakan adalah berjumlah 85 orang.

Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Kepuasan Konsumen

#### A. Devinisi Operasional

##### 1. Kualitas Pelayanan atau Variabel Independent (X)

Variable independent (X) yang digunakan adalah kualitas pelayanan, Kotler dan Keller adalah "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*". Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

##### 2. Kepuasan Konsumen atau Variabel Dependent (Y)

Variable dependent (Y) yaitu kepuasan konsumen menurut Kotler dan Armstrong Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan konsumen, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

#### B. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan teknik :

##### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara mempersiapkan pertanyaan tertulis diberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan masalah atau topik yang diteliti. Penilaian *skala likert* yaitu :sangat setuju bobot nilai 5, setuju bobot nilai 4, kurang setuju bobot nilai 3, tidak setuju bobot nilai 2, sangat tidak setuju bobot nilai 1

(*Interview*).

Interview adalah Pengumpulan data dengan jalan melakukan tanya jawab yang dilaksanakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian yang ada. Dengan melakukan tanya jawab atau wawancara langsung dipergunakan peneliti dengan Pegawai Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong.

##### 2. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seseorang (*Lexy Moleong*). Dalam penelitian ini, dokumentasi sebagai petunjuk untuk mencari sumber data, menurut sifatnya dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

###### a. Sumber data primer

Yaitu sumberdata yang diperoleh melalui observasi, wawancara.

b. Sumber data sekunder

Yaitu sumber-sumber yang memberikan data secara mengutif dari sumber-sumber lain. Sumber dapat aturan mekanisme yang dipakai pada Kantor Pos KCP Malawili Aimas Kabupaten Sorong.

**C. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisa Kuantitatif, yaitu dengan menggabungkan data yang di kumpulkan dari hasil penelitian di lapangan serta segala informasi yang di teima dari orang serta literatur-literatur yang ada, kemudian di lakukan analisis Kuantitatif berdasarkan penafsiran-penafsiran sesuai bukti yang ada guna menjawab permasalahan yang ada. Sehubungan dengan itu Moh. Nasir mengatakan bahwa: Hasil Analisa data sangat pnting dalam metode ilmiah karena data yang analisa mempunyai makna guna dapat memberikan pemecahan terhadap masalah penelitian, pengumpulan data mentah perlu dipecah-pecahkan dalam kelompok-kelompok. Diadakan kategori, Hasil analisa data bermakna guna dapat memecahkan masalah hipotesa dapat terjawab (Nazir, 2011). Untuk menganalisa data dapat menggunakan:

1. Uji Validitas

Validitas instrument penelitian yaitu ditinjau dari dua segi yaitu validitas isi dan validitas butir, Yaitu:

a. Uji Validitas Isi

Validitas isi instrument ini didasarkan pada kisi-kisi yang telah dibuat. Instrument yang telah disusun dikonsultasikan dengan para pembimbing yang memiliki kemampuan, wawasan dan bidang keilmuan untuk memberikan penilaian.

b. Uji Validitas Butir

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefenisikan suatu variabel. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menggunakan *Analisa Korelasi Product Moment* (Sunnyoto Danang, 2013). Dengan Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi Pearson antar item yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = Jumlah nilai total

Y = Jumlah nilai butir

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument

2. Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsisten hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama.

Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Reliable artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan tehknik *alpha cronbach*, dimana reliabilitas instrument dianggap andal jika memiliki koefisien reliabilitas  $\geq 0,5$  (lebih besar atau sama dengan 0,5). Reliabilitas adalah indeks yang memajukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercayai atau dapat diandalkan dalam penelitian ini.

Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] - \left[ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

### 3. Analisa Regresi Linear Sederhana.

Ghozali mengatakan bahwa analisis regresi linear sederhana adalah analisis mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2010). Dalam penelitian ini analisa linear sederhana digunakan untuk menganalisa ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Paket terhadap Kepuasan Konsumen, dirumuskan sebagai berikut :  $Y = a + bX$ .

Dimana :

Y = Kualitas Pelayanan Jasa

a = Bilangan Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kepuasan Konsumen

#### a. Uji t -test

Uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependent.

#### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk pengukuran variasi dari variabel bebas yang menerangkan kontribusi dari *Variabel terikat*. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  tersebut terletak pada angka 0 dan 1. Yang artinya nilai tersebut mampu menjelaskan variasi variabel terikat. nilai  $R^2$  lebih kecil dari satu kemampuan variabel bebas menerangkan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  mendekati satu berarti variabel bebas hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent. Beberapa kelemahan dari koefisien determinasi yaitu terjadi pembiasan dari jumlah variabel bebas yang dipergunakan dalam perhitungan. Setiap terjadi kenaikan

atau penurunan pada variabel bebas maka  $R^2$  akan mengalami perubahan. apakah variabel tersebut berpengaruh sangat signifikan dari nilai  $R^2$  terhadap variabel terikat. Untuk menganalisa data digunakan program SPSS versi 25.

Berdasarkan populasi dan sampel yang telah ditentukan maka jumlah responden yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 85 orang. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui angket yang diberikan kepada konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari Tabel berikut :

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	25 - 35 tahun	25	29,41
2.	36 - 45 tahun	36	42,35
3.	> 46 tahun	24	28,24
Total		85	100

**TABEL III**  
**RESPONDEN BERDASARKAN UMUR**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 25 orang atau 29,41 persen, responden yang berusia 36-45 tahun yaitu sebanyak 36 orang atau 42,35 persen, sedangkan responden yang berusia di atas 46 tahun sebanyak 24 orang atau 28,24 persen .

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	46	54,12
2.	Perempuan	39	45,88
Total		85	100

**TABEL IV**  
**RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Responden berdasarkan jenis kelamin dimana responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 46 orang atau 54,12 persen dari total jumlah responden, sedangkan yang responden yang berjenis kelamin perempuan 39 orang atau 45,88 persen.

No	Status Responden	Jumlah	Persentase
1.	Kawin	67	78,82
2.	Belum Kawin	18	21,18
Total		85	100

**TABEL V**  
**RESPONDEN BERDASARKAN STATUS**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Responden berdasarkan status perkawinan dimana responden memiliki status kawin yaitu sebanyak 67 orang atau 78,82 persen dari total jumlah

responden, sedangkan responden yang belum kawin sebanyak 18 orang atau 21,18 persen.

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SLTP/SMP	10	11,76
2.	SLTA	25	29,41
3	D3	29	34,12
4	S1	21	24,71
Total		85	100

**TABEL VI**  
**RESPONDEN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Responden berdasarkan tingkat pendidikan dimana responden yang memiliki tingkat pendidikan SLTP/SMP sebanyak 10 orang 11,76 persen, tingkat pendidikan SLTA sebanyak 25 orang atau 29,41 persen, tingkat pendidikan D3 yaitu sebanyak 29 orang atau 34,12 persen, tingkat pendidikan S1 sebanyak 21 orang atau 24,71 persen.

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp. 2.000.000	16	18,82
2.	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	23	27,06
3	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	24	28,24
4	> Rp. 5.000.000	22	25,88
Total		85	100

**TABEL VII**  
**RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN**

*Sumber Data: Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Responden berdasarkan pendapatan yang memiliki pendapatan < Rp. 2.000.000 sebanyak 16 orang atau 18,82 persen, pendapatan Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000 sebanyak 23 orang atau 27,06 persen, pendapatan Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000 sebanyak 24 orang atau 28,24 persen, pendapatan di atas Rp. 5.000.000 sebanyak 22 orang atau 25,88 persen.

#### **A. Deskripsi Jawaban Responden**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, tanggapan responden terhadap angket yang disebarkan berdasarkan variabel dapat dilihat sebagai berikut :

##### **1. Kualitas Pelayanan (X)**

Hasil jawaban dari 85 responden untuk variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 5 pertanyaan. Jawaban tersebut kemudian akan dihitung dengan jumlah presentase dapat dijelaskan sebagai berikut ini.

No.	Pernyataan	SP	P	KP	TP	ST P	Jumlah
1.	<b>Bukti Fisik (Tangible)</b> Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili	23 27.1%	46 54.1%	15 17.6%	1 1.2%		85 100%

	Aimas memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman						
2.	<b>Keandalan (Reliability)</b> Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memberikan pelayanan yang cepat bagi konsumen	24 28.2%	38 44.7%	23 27.1%			85 100%
3.	<b>Daya Tanggap Tanggapan Responsiveness)</b> Konsumen yang menghadapi masalah akan ditangani Secara cepat oleh pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas	22 25.9%	43 50.6%	19 22.4%	1 1.2%		85 100%
4.	<b>Kepedulian Emphaty)</b> Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memberikan perhatian kepada setiap konsumen dengan serius	23 27.1%	42 49.4%	20 23.5%			85 100%
5	<b>Jaminan (Assurance)</b> Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas akan bertanggung jawab terhadap semua barang pengiriman paket	27 31.8%	44 51.8%	13 15.3%	1 1.2%		85 100%
	Jumlah	119	213	90	3		425
	Presentase	28%	50,12%	21,18%	0,70%		100%

**TABEL VIII**

**DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Berdasarkan Tabel di atas deskripsi jawaban responden variabel Kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket dimana responden yang memberikan jawaban untuk lima butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket dan menjawab sangat puas sebanyak 119 tanggapan atau 28 persen, yang memberikan jawaban puas sebanyak 213 tanggapan atau 50,12 persen, yang menjawab kurang puas sebanyak 90 tanggapan atau 21,18 persen, yang menjawab tidak puas sebanyak 3 tanggapan atau 0,7 persen dan sangat tidak puas tidak ada tanggapan.

**2. Kepuasan Konsumen atau (Variabel Y)**

Adapun jawaban responden terhadap variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

No	Pernyataan	SP	P	KP	TP	STP	Jumlah
1.	<b>Terpenuhinya Harapan Pelanggan :</b> Pelanggan mengharapkan pengiriman barang tiba dengan baik	29 34.1%	39 45.9%	16 18.8%	1 1.2%		85 100%
2.	<b>Kualitas Layanan :</b> Pelanggan puas dengan fasilitas kantor pos seperti ruang tunggu yang nyaman dan tempat duduk yang tersedia	37 43.5%	36 42.4%	12 14.1%			85 100%
3.	<b>Loyalitas :</b> Pelanggan akan melakukan pengiriman paket kembali di waktu yang akan datang.	38 44.7%	39 45.9%	7 8.2%	1 1.2%		85 100%
4.	<b>Reputasi yang baik:</b> Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas akan menjaga nama baik perusahaan	34 40.0%	37 43.5%	14 16.5%			85 100%
5	<b>Lokasi :</b> Penempatan ruang pelayanan saat pengiriman paket memudahkan pelanggan	34 40.0%	38 44.7%	12 14.1%	1 1.2%		85 100%
	Jumlah	172	189	61	3		425
	Presentase	40,47%	44,47%	14,35%	0,71%		100%

**TABEL IX**

**DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN**

*Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2022*

Berdasarkan Tabel di atas deskripsi jawaban responden variabel kepuasan konsumen dimana responden yang memberikan jawaban untuk lima butir pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen dan menjawab sangat puas sebanyak 172 tanggapan atau 40,47 persen, yang memberikan jawaban puas sebanyak 189 tanggapan atau 44,47 persen, yang menjawab kurang puas sebanyak 61 tanggapan atau 14,35 persen, yang menjawab tidak puas 3 tanggapan atau 0,71 persen, dan sangat tidak puas tidak ada tanggapan.

**B. Hasil Analisis Data dan Pembahasan**

**1. Uji validitas**

Validitas adalah suatu indikasi alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan pertanyaan. Valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dari variable yang diteliti. Pengukuran validitas digunakan korelasi Pearson (*Product*

Moment), jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $df = n-k$ ,  $\alpha = 5\%$ ) dan hasil perhitungan Secara rinci disajikan pada Tabel 1.

No	Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Status butir
	<b>KUALITAS PELAYANAN</b>			
1.	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	0.543	0.1796	Valid
2.	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	0.707	0.1796	Valid
3.	Daya Tanggap Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	0.659	0.1796	Valid
4.	Kepedulian ( <i>Emphaty</i> )	0.635	0.1796	Valid
5.	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	0.629	0.1796	Valid
	<b>KEPUASAN KONSUMEN</b>			
1.	Terpenuhinya Harapan Pelanggan	0.518	0.1796	Valid
2.	Kualitas Layanan :	0.526	0.1796	Valid
3.	Loyalitas	0.447	0.1796	Valid
4.	Reputasi yang baik	0.575	0.1796	Valid
5.	Lokasi	0.708	0.1796	Valid

**TABEL. X**

**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN**

Sumber Data : Hasil Penelitian Data diolah Kembali, 2022

Hasil uji Validitas pada variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket dengan 5 butir pertanyaan menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi pada indikator Bukti Fisik (*Tangible*), Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman sebesar 0,543. Koefisien korelasi dengan indikator Keandalan (*Reliability*) Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memberikan pelayanan yang cepat bagi konsumen sebesar 0,707. Koefisien korelasi Daya Tanggap Tanggap (*Responsiveness*) Konsumen yang menghadapi masalah akan ditangani Secara cepat oleh pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas sebesar 0,659. Koefisien korelasi dengan indicator Kepedulian (*Emphaty*) Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memberikan perhatian kepada setiap konsumen dengan serius sebesar 0,635. Koefisien korelasi Jaminan (*Assurance*) Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas akan bertanggung jawab terhadap semua barang pengiriman paket sebesar 0,629.

Validitas pada variabel kepuasan konsumen dengan 5 butir pertanyaan menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi Terpenuhinya Harapan Pelanggan : Pelanggan mengharapkan pengiriman barang tiba dengan baik sebesar 0,518. Koefisien korelasi Kualitas Layanan : Pelanggan puas dengan fasilitas kantor pos seperti ruang tunggu yang nyaman dan tempat duduk yang tersedia sebesar 0,626. Koefisien korelasi Loyalitas : Pelanggan akan melakukan pengiriman

paket kembali di waktu yang akan datang sebesar 0,447. Koefisien korelasi Reputasi yang baik: Pegawai Kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas akan menjaga nama baik perusahaan sebesar 0,575. Koefisien korelasi Lokasi : Penempatan ruang pelayanan saat pengiriman paket memudahkan pelanggan sebesar 0,708. sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisa berikutnya.

## 2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu indikasi untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Apabila pertanyaan diulangi pada subjek yang sama dengan waktu yang berbeda diperoleh hasil yang relatif sama. Koefisien alpha Cronbach yang digunakan untuk mengukur Reabilitas.

Variabel	Cronbach alpha hasil perhitungan	Cronbach alpha yang disyaratkan	Keterangan
Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket	0.632	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,641	0,60	Reliabel

**TABEL XI**  
**UJI RELIABILITAS VARIABEL PENELITIAN**

Sumber data : Hasil Penelitian data diolah Kembali,2022

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian pada Tabel 11 diketahui Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket memiliki *cronbach's Alpha* 0,632 > 0,60. dan Kepuasan konsumen memiliki *cronbach's Alpha* 0,641 > 0,60. Disimpulkan kedua variable penelitian ini dinyatakan reliabel. Oleh sebab itu, variabel tersebut dapat diandalkan dan ditetapkan pada analisis selanjutnya.

## 3. Analisa Regresi Linear Sederhana.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket dan variabel Kepuasan Konsumen, dengan bentuk persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = a + bX$ . Kemudian dilakukan pengujian regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS Vs 25 maka diperoleh hasil pengujiannya sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.704	1.365		6.377	.000
	Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket	.619	.067	.712	9.239	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**TABEL XII**  
**HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA**

Sumber data : Hasil Penelitian data diolah Kembali,2022

Dari hasil regresi sederhana tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 8,704 + 0,619X$

Keterangan dari persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

1. Nilai a adalah konstanta sebesar 8,704 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket dianggap konstan maka nilai Kepuasan Konsumen atau variabel terikat tidak dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan .
2. Nilai b adalah koefisien sebesar 0,619 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket sebesar satu persen maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,619 atau 61.9%.

#### 4. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai uji t dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom Sig) pada variabel independent, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t-hitung (pada kolom t) lebih besar dari t-tabel (dihitung dari *two-tailed*  $\alpha = 5\%$ ,  $df = n - k$ , k merupakan jumlah variabel independen,  $85 - 2 = 83$ ), output SPSS for windows versi 25 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.377	.000
	Kualitas Pelayanan	9.239	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			

**TABEL XIII**  
**HASIL UJI t**

Sumber data : Hasil Penelitian data diolah Kembali,2022

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel 85. Uji t dihasilkan t-hitung > t-tabel dengan signifikan ( $df_1 = 2 - 1 = 1$  dan  $df_2 = 85 - 2 = 83$ ) maka t-tabel adalah 1.6634.

Kriteria Keputusannya adalah :

- a. Jika t hitung > t tabel, dan sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- b. Jika t hitung < t tabel, dan sig > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS for windows versi 25 diatas, menunjukkan hasil uji parsial (uji t), dimana dihasilkan t-hitung Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket yaitu  $t_{hitung} 9.239 >$  dari  $t_{tabel} 1.6634$ , atau nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya, karena t-hitung > t-tabel, maka dapat disimpulkan hipotesis nihil (H<sub>0</sub>) "**ditolak**" dan H<sub>a</sub> "**diterima**", atau hipotesis yang berbunyi ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen.

#### 5. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui hubungan antara Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket dan Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong". Dapat digunakan rumus *Korelasi Product Moment* sebagai berikut:

1. Kepada responden dalam penelitian ini diajukan beberapa pertanyaan yang memiliki lima kategori jawaban. Setiap jawaban memiliki bobot nilai tertentu sesuai skala Likert sebagai berikut:
  - a. Jawaban "Sangat Puas" diberi nilai "5".
  - b. Jawaban "Puas" diberi nilai "4".
  - c. Jawaban "Kurang Puas" diberi nilai "3"
  - d. Jawaban "Tidak Puas" diberi nilai "2"
  - e. Jawaban "Sangat Tidak Puas" diberi nilai "1"
2. Bobot nilai yang diperoleh setiap responden dari setiap jawaban yang diberikan untuk variabel bebas atau variabel terikat kemudian dijumlahkan.
3. Hasil penjumlahan tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel kerja *Korelasi Product Moment*.
4. Nilai - nilai yang ada dalam tabel kerja tersebut kemudian dimasukkan dalam formula korelasi product moment untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel penelitian.
5. Tingkat hubungan antara kedua varibel ditentukan melalui dan sesuai dengan pedoman penilaian sebagai berikut :
  - a. 0,00 - 0,20 = korelasi yang rendah sekali
  - b. 0,21 - 0,40 = korelasi yang rendah
  - c. 0,41 - 0,70 = korelasi yang sedang
  - d. 0,71 - 0,90 = korelasi yang tinggi
  - e. 0,91 - 1,00 = korelasi yang sangat tinggi sekali

Berdasarkan pedoman analisis tersebut, maka analisis terhadap kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini dapat di ikuti selanjutnya pada pembahasan ini.

Dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.501	1.411
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket				

**TABEL XIV**  
**KOEFISIEN DETERMINASI**

Sumber data: Hasil Penelitian data diolah Kembali, 2022

Dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS for windows versi 25, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Dari kriteria tersebut di atas disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket dan Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong "tergolong korelasi yang sedang. Guna menentukan pengaruh kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong". dapat digunakan koefisien determinasi ( $r^2$ ). Karena  $r_{xy} = 0,712$  maka koefisien

determinasi atau R square = 0,507 atau 50.7%. Hal ini berarti bahwa Kepuasan Konsumen sebesar 50.7%. dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong, sedangkan sisanya yaitu sebesar 49.3% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya harga pengiriman dan permintaan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong diperoleh  $Y = 8,704 + 0,619X$ , dimana nilai  $a$  adalah konstanta yang menjelaskan bahwa apabila kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket mempunyai nilai nol maka nilai Kepuasan Konsumen sebesar 8,704. Nilai  $b$  adalah koefisien regresi sebesar 0,619 yang menjelaskan bahwa apabila terjadi perubahan atau penambahan satu poin pada variable kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket maka variabel kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,619.

Hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket sebesar 50.1%. dengan kelebihan 49.9% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel variabel Kualitas pelayan Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong. Faktor-faktor lain diantaranya adalah harga dan permintaan konsumen

Berdasarkan analisis regresi bahwa lebih dominan responden berpendapat bahwa variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong mempunyai penilaian yang baik. Juga sejalan dengan hasil regresi bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket menunjukkan nilai yang positif/signifikan, untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} 9.239 >$  dari  $t_{tabel} 1.6634$ , berarti juga signifikan. Artinya variabel kualitas pelayanan Jasa Pengiriman Paket secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang di atas, maka terdapat beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak dimana pada taraf signifikan 5 persen  $t_{hitung} 9.239 >$  dari  $t_{tabel} 1.6634$ . Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini, koefisien determinasi total menunjukkan nilai sebesar 50.1%. Nilai ters ebut

mengindikasikan bahwa terdapat hubungan sangat kuat dimana 49.9% perubahan dari variabel dependen yang dalam hal ini adalah Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 49.9% persen dijelaskan oleh *error term* dan variabel-variabel lain yang juga turut mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Dari hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana diperoleh  $Y = 8,704 + 0,619X$ , dimana konstanta 8,704, jika variabel kualitas pelayanan di anggap konstan maka nilai variabel Kepuasan Konsumen tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Koefisien 0,619 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan pada variabel kualitas pelayanan sebesar satu persen maka akan menyebabkan variabel Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,619.

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong. maka beberapa saran-saran sebagai berikut: Dari hasil perhitungan validitas pada variable kualitas pelayanan jasa pengiriman Paket dengan lima indikator menunjukkan bahwa indicator kantor Pos Indonesia Cabang Pembantu Malawili Aimas memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman sebesar 0.421 dan indikator pelanggan akan melakukan pengiriman paket kembali di waktu yang akan datang sebesar 0.401. diharapkan kepada manajer perusahaan perlu memperhatikan kedua indicator yang dinilai masih kurang, dengan demikian kinerja karyawan dapat ditingkatkan. Dari hasil perhitungan validitas pada variable Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa indicator PT. Pos Indonesia. Kantor Cabang Pembantu Malawili Aimas Kabupaten Sorong akan menjaga nama baik perusahaan sebesar 0.323 dinilai masih kurang. Kualitas ini menyangkut kualitastas dari hasil kerja diharapkan bagi karyawan dapat meningkatkan kualitas kerjanya perlu mengikuti berbagai Pendidikan dan pelatihan kerja.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani, Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam, *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2017, -ISSN:2548-9909
- Andina Dwijayanti, (2015). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Bat Erdene Jargalsaikhan et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pop Di Bandar Lampung," *Molecules* 9, no. 1 (2019):
- Daryanto dan Ismanto, Setyobudi. *Konsumen dan Layanan Prima*. (Malang : Gaya Media .2014), dalam
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. (Semarang, Penerbit Undip. 2010)
- Joko Bagio Santoso, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 16 No. 01, April 2019

- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. (Jakarta : Salemba Empat. 2013) dalam jurnal Zainal Prayogi, H. Agustian Burda, BSBA, 2020.
- M.Sesaria, "Defenisi Kepuasan Menurut Kotler & Keller (2018)," *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, no. 2004 (2020):
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian, Cetakan Kelima*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2011)
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian. Edisi ke-3 Yogyakarta : Andi. 2014) dalam Joko Bagio Santoso, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 16 No. 01, April 2019
- Sunyoto Danang. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta, Penerbit CAPS. 2013).
- Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani, Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam, *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2017, -ISSN:2548-9909
- Andina Dwijayanti, (2015). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Bat Erdene Jargalsaikhan et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pop Di Bandar Lampung," *Molecules* 9, no. 1 (2019):
- Daryanto dan Ismanto, Setyobudi. *Konsumen dan Layanan Prima*. (Malang : Gaya Media .2014), dalam
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. (Semarang, Penerbit Undip. 2010)
- Joko Bagio Santoso, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 16 No. 01, April 2019
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. (Jakarta : Salemba Empat. 2013) dalam jurnal Zainal Prayogi, H. Agustian Burda, BSBA, 2020.
- M.Sesaria, "Defenisi Kepuasan Menurut Kotler & Keller (2018)," *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, no. 2004 (2020):
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian, Cetakan Kelima*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2011)
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian. Edisi ke-3 Yogyakarta : Andi. 2014) dalam Joko Bagio Santoso, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 16 No. 01, April 2019
- Sunyoto Danang. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta, Penerbit CAPS. 2013).

---

**Copyright Holder :**

© Paa, A., Sinay, P., & Jantje, H., (2022).

**First Publication Right :**

© Attractive : Innovative Education Journal

This article is under:

