
Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Persero Cabang Gorontalo

Mohamad Ichsan Adjunu¹, Andi Juanna², Zulfia Abdussamad³

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia¹
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia²
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia³*

E-mail: adjunu@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Gorontalo Post. This research was conducted at PT. Pos Gorontalo by distributing questionnaires to respondents who meet predetermined sample standards so that the research data is primary data. Data collection was obtained from the results of observations, questionnaires and documentation. Data analysis using simple linear regression with the help of SPSS 22 program. The results of this study indicate that there is a significant effect of service quality on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Gorontalo. For this reason, it is necessary to continuously improve the quality of service in order to increase customer satisfaction. The big influence of service quality on customer satisfaction at PT. Gorontalo Post is 56.4%, while the remaining 43.6% is possibly influenced by other factors, such as price, promotion, trust, and so on.*

Keywords: *Service Quality; Customer's Satisfactory*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Gorontalo. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Gorontalo dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Gorontalo. Untuk itu perlunya upaya perbaikan kualitas pelayanan secara terus menerus dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Gorontalo sebesar 56,4%, sementara sisanya sebesar 43,6% memungkinkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, seperti harga, promosi, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini bisnis jasa layanan pengiriman telah mengalami perkembangan pesat dan menjadi perhatian dikalangan masyarakat Indonesia. Pada saat ini persaingan perusahaan layanan jasa pengiriman semakin ketat yang ditandai dengan perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan sehingga mendorong para pebisnis terus berusaha untuk menciptakan strategi yang tepat agar dapat bersaing dan bertahan dengan kompetitor lainnya. Dimana persaingan antar perusahaan dapat diartikan sebagai usaha dalam mempertahankan para konsumen ataupun pelanggan agar tidak pindah keperusahaan lain.

Banyaknya perusahaan jasa pengiriman membuat para pelaku usaha dalam bidang ini berlomba-lomba untuk memperbaiki kinerja dengan berorientasi kepada pelanggan. Pelanggan adalah aset berharga yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk berinovasi agar pelanggan tidak beralih keperusahaan sejenis lainnya. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan pelanggan maka sulit bagi para pesaing untuk menyaingi perusahaan tersebut di dalam merebut hati pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut perusahaan harus bisa memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggannya. Terpenuhinya kebutuhan pelanggan akan sangat

menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan dipenuhi maka akan menciptakan sikap loyalitas dalam diri pelanggan dalam menggunakan produk atau layanan jasa yang diberikan suatu perusahaan. Maka perusahaan harus memperbaiki kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi bukanlah hal yang mudah untuk dilaksanakan. Faktor yang sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, karena hal tersebut merupakan salah satu faktor penentu bagi keberhasilan dan kemajuan dalam mencapai tujuan perusahaan (Kango et al., 2019). Menurut Lewis dan Booms dalam Titissari (2017:19) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Baik dan tidaknya kualitas pelayanan akan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten dari waktu ke waktu.

Perusahaan yang hanya bermodalkan dengan pengalaman dan juga jam terbang yang tinggi tentu tidak akan cukup. Dimana bukan tidak mungkin suatu perusahaan akan ditinggalkan pelanggan jika suatu perusahaan tidak melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya, hal itu disebabkan karena saat ini dengan meningkatnya persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat perusahaan dituntut harus reaktif dengan apa yang menjadi harapan pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dan memerlukan perhatian khusus perusahaan jasa pengiriman dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dari suatu jasa, maka pelanggan akan selalu membandingkan pelayanan yang diberikan perusahaan dengan perusahaan sejenis lainnya. Jika pelanggan puas maka pelanggan akan datang kembali dan memberi rekomendasi pada orang lain dalam melakukan pengiriman paket, pembayaran dan menarik ditempat yang sama (Taan, 2020).

Begitu halnya dengan PT. Pos Indonesia yang merupakan salah satu BUMN Indonesia dalam bidang jasa pelayanan. PT. Pos Indonesia adalah perusahaan yang telah lama berdiri serta memiliki banyak keunggulan dengan citra perusahaan yang baik dan sudah dikenal masyarakat bahwa PT. Pos Indonesia adalah perusahaan jasa pengiriman terkemuka di Indonesia (Titissari, 2017). PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo adalah salah satu perusahaan yang bersifat jasa dan memiliki tugas pokok yaitu sebagai lalu lintas barang, informasi, keuangan, dan jasa. Dimana tujuan PT. Pos Indonesia (Persero) adalah berorientasi kepada kepuasan pelanggan (Noe, 2017:6).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti dari hasil observasi menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu memberikan pelayanan yang sepenuhnya baik sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang belum optimal tersebut dipicu oleh beberapa hal diantaranya adalah pada pelayanan yang diberikan. Pertama, permasalahan yang sering muncul dalam pengiriman paket, dimana proses pengiriman paket tersebut seringkali berakhir pada keterlambatan. Kedua, permasalahan yang seringkali dikeluhkan pelanggan adalah proses sistem transaksi yang masih memakan waktu yang cukup lama sehingga pelanggan menunggu antrian dalam waktu yang lama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo. Pemilihan lokasi ini dikarenakan berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwa kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo masih belum optimal. Desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah desain kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Pos Indonesia (persero) Cabang Gorontalo. Berdasarkan jumlah transaksi untuk 3 (tiga) bulan terakhir berjumlah 292 orang. Sampel diambil sebanyak 75 orang, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling* insidental. Menurut Echdar (2017:277) *sampling* insidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel.

HASIL PENELITIAN

Kualitas Pelayanan

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan

Instrumen	Skor					N	rata ²	stand. Dev
	Sts	Ts	r	S	Ss			
Fasilitas/ bukti fisik (tangibles)								
Fasilitas kantor POS sudah modern	1	1	2	51	20	75	4.17	0.67
Fasilitas kantor sangat membantu pelayanan			2	42	31	75	4.39	0.54
Tempat parker kantor sangat luas			2	28	45	75	4.57	0.55
Lokasi kantor POS sudah sangat dikenal	1	1	4	44	25	75	4.21	0.72
Rata-rata							4.34	0.62
Kepedulian (empathy)								
Karyawan peduli dengan pelanggan yang belum mengerti pelayanan kantor		1	3	45	26	75	4.28	0.61
Karyawan santun dalam melayani pelanggan		2	2	56	15	75	4.12	0.57
Karyawan selalu membantu pelanggan dalam segala urusannya		5	15	47	8	75	3.77	0.73
Saya senang dilayani karyawan dengan sangat baik		3	5	58	9	75	3.97	0.59
Rata-rata							4.04	0.62
Keandalan (reliability)								
Karyawan sangat andal melakukan pekerjaannya		3	4	45	23	75	4.17	0.70
Karyawan cakap menyelesaikan urusan pelanggan			4	43	28	75	4.32	0.57
Karyawan dapat diandalkan menyelesaikan tugas lainnya		1	3	50	21	75	4.21	0.58
Karyawan memiliki keterampilan yang sama dalam menyelesaikan tugasnya		1	7	50	17	75	4.11	0.61
Rata-rata							4.20	0.62
Daya tanggap (responsiveness)								
Karyawan cepat melayani pelanggan	1	2	2	51	19	75	4.13	0.70
Karyawan mengerti dengan kebutuhan pelanggan			3	45	27	75	4.32	0.55
Karyawan cepat dalam menangani masalah			3	32	40	75	4.49	0.58
Karyawan tanggap terhadap permasalahan pelanggan	1	1	6	44	23	75	4.16	0.74
Rata-rata							4.28	0.64
Jaminan (assurance)								
Kiriman saya terjamin keamanannya		1	2	45	27	75	4.31	0.59
Saya merasa aman mengirimkan uang di Kantor POS			6	37	32	75	4.35	0.63
Penukaran uang sesuai dengan kurs saat ini		1	11	47	16	75	4.04	0.65
Kantor POS terjamin dalam segala bentuk pelayanannya			5	51	19	75	4.19	0.54
Rata-rata (TOTAL)							4.22	0.60
Rata-rata (TOTAL)							4.21	0.62

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa indikator yang mewakili variabel X penelitian yakni kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yang masing-masing memiliki 4 instrument pernyataan yang akan dijawab konsumen, dan kemudian di olah untuk mengukurnya. Berdasarkan hasil olahan data jawaban responden melalui software SPSS versi 22 maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Tiap indikator memiliki beberapa instrumen (pernyataan) untuk dijawab responden. Jawaban responden diukur menggunakan skala likert dengan ketentuan yakni: 1 = sangat tidak setuju (sts), 2 = tidak setuju (ts), 3 = ragu (r), 4 = setuju (s), 5 = sangat setuju (ss).
2. Dari distribusi jawaban responden yang diterima, diketahui bahwa jawaban setiap responden dari tiap indikator sangat bervariasi. Berdasarkan tiap-tiap dimensi variabel kualitas pelayanan PT. POS Gorontalo, maka indikator mengenai "**fasilitas/ bukti fisik (tangibles)**" menghasilkan mean yang lebih besar yakni 4,34 daripada mean indikator-indikator lainnya, yang artinya bahwa salah satu factor pelanggan mau melakukan transaksi jasa finansial maupun administrative di PT. POS lebih disebabkan oleh fasilitas yang dimiliki serta tempat yang sudah sangat dikenal juga karena lahan parkirnya yang luas.
3. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel kualitas pelayanan (X) di PT. POS Gorontalo sebesar 4,21 yang mewakili skala 4 (setuju) *likert*, yang dipersiapkan bahwa secara keseluruhan, responden (pelanggan) merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh kantor POS Gorontalo secara umum, dan karyawan/ pegawai secara khusus sudah sesuai ekspektasinya karena mewakili semua unsur-unsur kualitas pelayanan yang ada.
4. Nilai rata standar deviasi yang kurang dari 1 (0,62) menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden sangat konsisten menjawab sesuai dengan kondisi teraktualnya sehingga jawaban yang didapatkan juga sangat akurat.

Kepuasan Pelanggan

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan

Instrumen	Skor					N	rata ²	stand. dev
	Sts	Ts	R	s	Ss			
Kualitas produk								
PT. POS menjual produk barang maupun jasa		1	2	45	27	75	4.31	0.59
Produk/jasa bervariasi seperti materai, tabungan, pengiriman, penukaran uang, dll		1	3	41	30	75	4.33	0.62
Saya tertarik melakukan transaksi barang/ jasa di PT. POS		3	6	37	29	75	4.23	0.76
Rata-rata							4.29	0.66
Pelayanan								
Pelayanan PT. POS sesuai standar nasional	1	2	4	52	16	75	4.07	0.70
PT. POS memberikan pelayanan yang baik dalam setiap transaksi barang/jasa		2	3	41	29	75	4.29	0.67
Saya senang dengan pelayanan yang diberikan			2	43	30	75	4.37	0.54
Rata-rata							4.24	0.64
Emosi								
Saya senang dengan respon karyawan dalam memberikan pelayanan			2	32	41	75	4.52	0.55
Saya senang dengan kecakapan karyawan			4	45	26	75	4.29	0.56
Saya senang dengan kepedulian karyawannya			7	55	13	75	4.08	0.51
Rata-rata							4.30	0.54
Harga								
Harga produk PT. POS sangat murah		2	4	50	19	75	4.15	0.63
Harga paket kiriman PT. POS sangat murah			7	42	26	75	4.25	0.62
Harga produk barang/jasa PT. POS lebih murah dibandingkan perusahaan lain		2	9	40	24	75	4.15	0.73

Rata-rata							4.18	0.66
Biaya								
Saya mengeluarkan biaya yang sedikit saat bertransaksi di PT. POS		1	8	48	18	75	4.11	0.63
Tidak ada biaya tambahan jika saya melakukan transaksi		2	8	40	25	75	4.17	0.72
Biaya yang saya keluarkan lebih sedikit dibanding bertransaksi di perusahaan lain		1	13	36	25	75	4.13	0.74
Rata-rata							4.14	0.70
Rata-rata (TOTAL)							4.23	0.64

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa indikator yang mewakili variabel kepuasan pelanggan (Y) di PT. POS Gorontalo memiliki 5 (lima) indikator didalamnya dengan setiap indikator memiliki 3 instrumen pernyataan untuk dijawab. Berdasarkan hasil olahan data jawaban responden melalui bantuan software program SPSS versi 22 maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Tiap indikator memiliki beberapa instrumen (pernyataan) untuk dijawab responden. Jawaban responden diukur menggunakan skala likert dengan ketentuan yakni: 1 = sangat tidak setuju (sts), 2 = tidak setuju (ts), 3 = ragu (r), 4 = setuju (s), 5 = sangat setuju (s).
2. Dari distribusi jawaban responden yang diterima, diketahui bahwa jawaban setiap responden dari tiap indikator sangat bervariasi, dan berdasarkan indikator variabel kepuasan pelanggan, maka indikator mengenai "emosi/perasaan" menghasilkan mean yang paling besar dari indikator lainnya yakni sebesar 4,30 atau menurut skala likert berarti setuju atau "baik", yang artinya bahwa berdasarkan perasaannya responden mengukur bahwa pelayanan yang diberikan oleh kantor maupun pegawai sudah sesuai ekspektasinya karena memenuhi unsur pelayanan seperti kepedulian pada pelanggan, kecakapan dan keterampilan karyawan dalam bekerja dan lain sebagainya.
3. Nilai rata-rata (*mean*) keseluruhan indikator dan instrumen variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,23 yang berarti mewakili skala 4 yang bermakna bahwa, responden (konsumen) merasa bahwa harapan akan diberikan pelayanan yang baik sudah sangat dipenuhi oleh kantor POS maupun karyawannya.
4. Nilai rata standar deviasi yang kurang dari 1 (0,64) menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden sangat konsisten menjawab sesuai dengan kondisi teraktualnya sehingga jawaban yang didapatkan juga sangat akurat.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.687	5.140		2.663	0.010
	KUALITAS PELAYANAN	0.590	0.061	0.751	9.712	0.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah (2021)

Untuk membuktikan hipotesis maka nilai t tabel harus dibandingkan dengan nilai t hitungnya. Untuk mencari nilai t tabel, bergantung pada besarnya df (*degree of freedom*) serta tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan nilai df sebesar $n-k-1 = 75-1-1 = 73$ diperoleh nilai t-tabel sebesar **1,666**. Berdasarkan pada acuan tersebut, maka dilakukan pengujian berdasarkan hasil t hitung tiap variabel bebas terhadap t tabel.

Sebagaimana tampilan output SPSS pada tabel 3, diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebesar **9,712** dengan nilai signifikansi sebesar **0,000**. Setelah sebelumnya diketahui nilai t tabel penelitian sebesar 1,666 sehingga berdasarkan hal tersebut, maka dapat

disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($9,712 > 1,666$). Dan nilai signifikansinya (0,000) lebih kecil dari nilai probabilitas alpha (0,05). Dari penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini **diterima** atau *H0 ditolak dan Ha diterima*, atau menjelaskan bahwa secara parsial atau individual variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. POS Gorontalo.

Hasil Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi mencerminkan besarnya pengaruh perubahan variabel bebas dalam menjalankan perubahan pada variabel tidak bebas secara bersama-sama. Besarnya nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Jika nilai R^2 semakin mendekati 1 maka model yang diusulkan dikatakan baik karena semakin tinggi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Adapun nilai determinasi dapat diketahui pada tabel berikut;

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.751a	0.564	0.558	3.48022
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN				

Sumber: Data Diolah (2021)

Adapun untuk melihat besaran kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dengan melihat nilai R yang dihasilkan. *Adjusted R Square* adalah nilai R Square yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari R Square dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Dikarenakan penelitian ini hanya menggunakan 1 (satu) variabel bebas, maka pengukuran besaran pengaruh variabel X terhadap Y, dilakukan dengan melihat nilai *R Square* (R^2).

Berdasarkan tampilan output SPSS diatas, diketahui bahwa nilai R square (R^2) sebesar 0,564. Hal tersebut menjelaskan bahwa dari kepuasan pelanggan akan pelayanan yang diberikan di PT. POS Gorontalo sebesar 56,4%. Selanjutnya sisanya sebesar 43,6% memungkinkan untuk dipengaruhi oleh faktor-faktor (variabel) lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti harga, kepercayaan, promosi dan variabel-variabel lainnya.

Model Regresi

Berdasarkan hasil pengujian regresi pada tampilan output SPSS diatas, diketahui persamaan regresinya adalah:

$$\hat{Y} = 13,687 + 0,590$$

Dari persamaan regresi yang diperoleh, dapat dijelaskan bahwa:

1. Dari persamaan regresi yang diperoleh, nilai konstan (konstanta) berlaku untuk variabel terikat yakni kepuasan pelanggan di PT. POS Gorontalo yakni sebesar 13,687 satuan, yang menjelaskan bahwa apabila seluruh model dalam penelitian atau seluruh variabel bebas yang dijadikan patokan penelitian yakni kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh, maka nilai kepuasan yang diterima pelanggan adalah sama dengan nilai konstan yang berlaku.
2. Nilai regresi variabel X atau kualitas pelayanan di PT. POS Gorontalo adalah sebesar 0,590 yang menjelaskan bahwa jika terdapat penambahan 1 satuan/ poin dari kualitas pelayanan baik yang dilakukan oleh kantor maupun oleh karyawan, seperti "*kantor memberikan pelayanan khusus bagi difabel atau orang tua, atau karyawan selalu berlaku adil dalam memberikan pelayanan*", maka akan menambah nilai kepuasan pelanggan yang sebelumnya sebesar 13,687 bertambah sebesar 0,590 poin dari variabel kualitas pelayanan yang dilakukan PT. POS Gorontalo.

PEMBAHASAN

Seiring dengan pandemik Covid-19 yang terus melanda Indonesia selama 1 tahun terakhir, maka perusahaan-perusahaan pun mulai berbenah untuk beradaptasi dengan pembatasan-pembatasan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Sector jasa dalam hal ini menjadi salah satu sector yang terkena dampak akan hal ini, dimana untuk tetap melanjutkan keberlangsungan perusahaan serta memastikan profit, maka perusahaan harus tetap berjalan dengan untuk tetap memastikan profit dan memenuhi kebutuhan pelanggannya.

PT. POS Gorontalo merupakan salah satu perusahaan pemerintah yang bergerak dalam bidang layanan logistik dan financial. Sesuai dengan perkembangan zaman, dengan semakin ketatnya persaingan karena semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada loyalitas konsumen sebagai tujuan utama. Kebutuhan konsumen sangat banyak dan bervariasi di satu sisi, sementara pada sisi lain perusahaan menghadapi kendala untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Perusahaan harus mampu mempertemukan antara apa yang dapat ditawarkan kepada konsumen dengan apa yang diharapkan konsumennya atas produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian maka perusahaan dipaksa memilih produk atau jasa apa saja yang dapat ditawarkan melalui proses-proses kunci yang inovatif sehingga konsumen puas, yang akhirnya konsumen kembali lagi mempercayakan segala kebutuhannya pada perusahaan yang bersangkutan (Hadi, 2012). Oleh karena orientasi PT. Pos yang bergerak dibidang jasa, sehingga dapat kita temukan bahwa saat ini sudah banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman yang serupa dan menjadi pesaing utama dari PT. Pos, seperti TiKi, JnT, Sicepat, JNE, dan lain sebagainya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka PT. POS Gorontalo harus lebih memperhatikan orientasi pelayanan yang diberikan pada pelanggannya, karena pelanggan merupakan salah satu bukti yang menyadari baik atau tidaknya suatu perhatian dalam bentuk pelayanan yang diberikan. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik pula persepsi masyarakat akan perusahaan yang akan memberikan berdampak pada semakin loyalnya pelanggan atau masyarakat untuk terus mempercayakan PT. POS Gorontalo sebagai sarana pemenuhan kebutuhan logistik masyarakat. Kualitas jasa adalah hubungan produk dan jasa yang bersumber daya manusia yang kondisinya dinamis dilingkungan yang dapat diharapkan (Tjiptono, 2012:152). Selanjutnya menurut Sunyoto (2012:236) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpusat untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen juga ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan pelayanan yang dijanjikan dan kesesuaian antara pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan dengan konsumen.

Sebagaimana hasil penelitian ini bahwa ukursan pelayanan yang diberikan PT. POS Gorontalo adalah berdasarkan dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman et.al (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2012:78) yakni Fasilitas/bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

Dari ke-lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan di PT. POS Gorontalo, maka ditemukan bahwa dimensi yang paling berkontribusi akan baiknya kualitas pelayanan adalah mengenai fasilitas. Hal ini sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa dalam hal tempat, Kantor POS Gorontalo sudah sangat familiar diketahui oleh masyarakat, sehingga masyarakat mudah untuk mengakses lokasinya. Lahan parkir yang luas juga menjadi salah satu indikator masyarakat mau menyerahkan kebutuhan logistiknya di kantor POS Gorontalo. Disamping itu masyarakat juga sudah mengenal dengan baik bagaimana prosedur pelayanan yang diterapkan di kantor POS Gorontalo, sehingga sudah paham dengan segala aturan yang berlaku. Disamping itu pula dengan adanya pandemik Covid-19 Kantor POS Gorontalo juga menyediakan layanan berbasis aplikasi atau web site yang khusus menyediakan layanan jasa logistik bagi pelanggan seperti pelacakan kiriman barang, perhitungan tarif pengiriman, dan lain sebagainya, yang hal tersebut cukup memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Adapun dimensi lain dari kualitas pelayanan yang diberikan kantor POS Gorontalo sudah dipersepsikan 'baik' oleh pelanggan karena pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam melakukan transaksi baik pembelian materi, penukaran uang, atau bahkan pengiriman uang.

Namun disadari atau tidak, bahwa setiap jenis pelayanan pasti ada efek baik atau buruknya, sehingga perlunya mempertimbangkan faktor lainnya untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti yang disampaikan oleh Tjiptono (2012:182-189):

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan, bahwa setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen.
2. Mengelola ekspektasi pelanggan; bahwa banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebihi-lebihkan janji sehingga itu menjadi bumerang untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan.
3. Mengelola bukti kualitas layanan; bahwa pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan.
4. Mendidik konsumen tentang layanan; upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien.
5. Menumbuhkan budaya kualitas; Faktor yang dapat menghambat namun dapat pula diperlancar pengembangan kualitas layanan.
6. Menciptakan *automating quality*.
7. Menindak lanjuti layanan.
8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Dalam hal kepuasan pelanggan, penelitian ini mengambil ukuran kepuasan pelanggan dari Lupiyoadi (2001:148), yakni kualitas produk, pelayanan, emosi, harga, dan biaya. Dimana berdasarkan hasil pengolahan data indikator yang paling memiliki kontribusi akan kepuasan pelanggan adalah 'emosi'. Hal ini cukup wajar melihat hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa masyarakat/ pelanggan merasa bahwa dengan pengalamannya melakukan pemenuhan kebutuhan pengiriman barang sudah cukup terbiasa dengan atmosfer kantor POS Gorontalo, sehingga tidak ada kesan yang salah dalam melakukan pelayanan pada pelanggan. Disamping itu, secara keseluruhan kepuasan pelanggan di PT. POS Gorontalo sudah sangat baik karena pelanggan tidak hanya melihat dari aspek pelayanan saja tapi juga dalam hal harga atau biaya yang dikeluarkan, sampai pada tempat yang sangat dikenal oleh pelanggan.

Disamping pengukuran kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat juga dipertimbangkan model pengukuran kepuasan pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:34) sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan respon secara tepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.
2. *Ghost shopping*. Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.
3. *Lost customer analysis*. Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei kepuasan konsumen. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Renata Riskia Agustyn, dan Suryono Budi Santosa (2013) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo), yang membuktikan bahwa seluruh dimensi dari variabel kualitas pelayanan yakni keandalan, daya tanggap, kepedulian, jaminan, dan fasilitas/ bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Gorontalo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel-variabel penelitian yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di PT. POS Gorontalo memiliki keandalan instrumen yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.

2. Uji regresi menunjukkan model penelitian bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y, dan diperkuat dengan hipotesis yang disusun terbukti bahwa secara parsial dan individual (uji t), bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk melakukan transaksi di PT. POS Gorontalo.
3. Besaran pengaruh dari variabel bebas yakni kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Gorontalo sebesar 56,4%, sementara sisanya sebesar 43,6% memungkinkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, seperti harga, promosi, kepercayaan, dan lain sebagainya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar perusahaan pada umumnya dapat memperhatikan perilaku konsumen sebagai indikator untuk mengenal kebutuhan dan keinginan konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk, serta dapat menggunakan pengukuran lainnya untuk memperkaya khasanah penelitian.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah kriteria sampel yang menjadi responden penelitian, atau menambah variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan agar dapat memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Herni J. 2007. Analisis Kepuasan Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan Performance Analysis Model. *Journal Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, Vol. 7, no.1, 2007.
- Agustyn, Renata Riskia dan Suryono Budi Santosa. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo). *Diponegoro Journal of Management Volume 2, Nomor 2*.
- Echdar, Saban. 2017. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Cetakan Pertama. Bogor: Ghalia Indonesia
- Faizah, N. Rizqiyatul .2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-MamaMia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hadi, Ayik Rifa'i. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor POS Gladag di Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Haryanto, R. Avita .2013. Stategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal EMBA*. Universitas Samratulangi Manado.
- Husain, Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pusat: Jakarta
- Kango, U., Kartiko, A., Zamawi, B., Gorontalo, U. N., & Ummah, A. (2019). *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , FACILITIES AND*.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Rohman, Abdur. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir™ Citaayam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000. Costumer Behavior, Internasional Edition, Prentice Hall.
- Sudibyoy, A. Reny. 2014. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Di RSIA Srikandi Jember Tahun 2014. Skripsi. Universitas Jember.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Cetakan ke-8. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Taan, H. (2020). The Service Quality of Population Document to Improve Community Satisfaction Index. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 3(2), 58–66. <https://doi.org/10.32535/apjme.v3i2.847>
- Titissari, Ayu. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Diana. A. 2015. *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Edisi I. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Wijaya, C. Violita .2017. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depon Madiun Masakan Khas Bu Rudy. Jurnal AGORA. Universitas Kristen Petra.
- Wijaya, Toni. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks
- Zakiyah, N. Fikriyatus. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Malang. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Zulganef. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Cetakan Kesatu. Bandung: PT. Refika Aditama