

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI POSAJA

Silvia Dina Nuraini¹, Nazwa Alya², Achmad Deny³, Balthazar Putra⁴

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia¹

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia²

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia³

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia⁴

Email: Silvia15@upi.edu

Abstract: *The decline in the utilization rate of the Pos Aja application service is a problem faced by the Pos Indonesia company. Whereas previously the Pos Aja application was the latest key for the Pos Indonesia company. Caused by the decline in the competitiveness of the company in the face of fierce competition with private delivery service companies. This condition is further exacerbated by the increasing number of dissatisfaction from Pos Aja application customers, as well as the growth of transaction data that has not increased. The purpose of this study is to analyze the impact of the Pos Aja application on service loyalty and customer satisfaction. Evaluate the factors that influence customer loyalty to the Pos Aja application, and to identify solutions to increase customer satisfaction and loyalty levels. The research method used is to use a qualitative approach to analyze data collected through surveys using questionnaires. The analytical tools used are focused on the relationship between service quality and customer satisfaction. Also on percentage qualitative descriptive, which presents data in the form of a percentage table. Describe the characteristics and determine the correlation between service quality and customer satisfaction. The findings of this research hope to provide better insight into how to find new experiences for users. As well as analyzing the problem of decreasing customer loyalty in using the Pos Aja application. Therefore, this research also displays data on the calculation of the causes of the decline in the use of the Pos Aja application.*

Keywords: *Service Quality; Customer Satisfaction; Aja Post Application*

Abstrak: Penurunan tingkat pemanfaatan layanan aplikasi Pos Aja merupakan suatu permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Pos Indonesia. Padahal sebelumnya aplikasi Pos Aja merupakan kunci terbaru bagi perusahaan Pos Indonesia. Disebabkan oleh menurunnya daya saing perusahaan tersebut dalam menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan jasa pengiriman swasta. Kondisi ini semakin diperburuk dengan meningkatnya jumlah ketidakpuasan dari pelanggan aplikasi Pos Aja, serta pertumbuhan data transaksi yang belum meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dampak kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan aplikasi Pos Aja terhadap loyalitas pelanggan. Mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Pos Aja, serta untuk mengidentifikasi solusi, guna meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah fokus pada hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Juga pada deskriptif kuantitatif persentase, yang menyajikan data dalam bentuk tabel persentase. Mendeskripsikan karakteristik dan mengetahui korelasi antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan. Hasil dari penelitian ini harapannya, dapat menghasilkan wawasan yang kualitasnya baik tentang bagaimana cara menemukan pengalaman-pengalaman baru bagi pengguna. Serta menganalisa masalah penurunan loyalitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi Pos Aja. Oleh sebab itu, penelitian ini juga menampilkan data perhitungan penyebab terjadinya penurunan penggunaan aplikasi Pos aja.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Aplikasi Pos Aja

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, teknologi telah menjadi bagian yang sangat berpengaruh dalam kehidupan dan perkembangan manusia. Perkembangannya yang pesat sudah memberikan hasil yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara kita bekerja, berkomunikasi, dan bersosialisasi (Handayani, S. A., 2020). Salah satu bentuk manifestasi teknologi yang paling menonjol adalah penggunaan teknologi berbasis aplikasi. Aplikasi mobile telah menjadi alat yang sangat populer dan

banyak digunakan. Hampir semua orang memiliki smartphone dan menggunakan aplikasi untuk berbagai keperluan seperti mencari informasi, melakukan transaksi keuangan hingga distribusi barang (Sasmoko, 2020).

Seperti saat ini, industri jasa pengiriman dan logistik berkembang dengan sangat cepat di Indonesia. Menjadi bagian dari badan usaha milik negara yang memfasilitasi layanan pengiriman berita, uang, dan barang. PT Pos Indonesia memiliki hubungan pelayanan yang luas dan menjangkau seluruh penjuru nusantara (Aini T., 2017). Namun, dengan semakin meningkatnya persaingan dalam sektor jasa pelayanan, PT Pos Indonesia menghadapi berbagai tantangan. Seperti memberikan layanan terbaik kepada masyarakat (Anggoro, B. 2022). Menyadari hal tersebut, PT Pos Indonesia senantiasa berupaya untuk terus memajukan kualitas layanannya. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan meluncurkan aplikasi Pos Aja, yang merupakan platform digital dengan berbagai fitur distribusi domestik. Melalui aplikasi ini, para pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan *domestik delivery*, melakukan berbagai transaksi keuangan. Dengan memanfaatkan layanan lain yang ditawarkan oleh Pos aja (Pos Indonesia, 2020).

Dilansir dari Pos Aja, Aplikasi ini merupakan sarana yang memfasilitasi pengguna untuk mengirim dan menerima surat dan dokumen secara efisien. Jika ditinjau dari waktu berdirinya aplikasi Pos Aja merupakan aplikasi yang cukup baru dan merupakan anak perusahaan dari Pos Indonesia. Aplikasi ini juga memiliki fokus pada layanan pos di Indonesia (Muharromah, et.al, 2024). Sehingga Aplikasi Pos Aja memiliki keterkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan yang melibatkan (fisik, daya tanggap, keandalan, empati dan jaminan). Hal ini merupakan *literatur review* (Wulansari N., 2022). Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin puas pelanggan dengan sebuah produk atau *service*, semakin besar kemungkinan mereka untuk menjadi setia terhadap produk atau *service* tersebut (Hidayat, F. R., 2018). Beberapa teori menjelaskan korelasi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Tjiptono (2001) menyatakan bahwa kualitas *service* merupakan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan ekspektasi pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan oleh Kotler & Armstrong (2007) yang menyampaikan bahwa kepuasan pelanggan muncul setelah membandingkan kinerja produk dengan ekspektasi konsumen.

Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Pos Aja dipengaruhi oleh dua hal utama, yaitu kualitas layanan dan kepuasan pengguna itu sendiri. Kualitas layanan mencakup berbagai dimensi seperti bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati (Sinollah, 2019). Selain itu, kepuasan pengguna merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan (Zamroni, M. et al., 2005). Meskipun aplikasi Pos Aja menawarkan kemudahan dalam pengiriman barang, sejumlah keluhan masih dirasakan oleh para pelanggan terkait layanan pick up, masalah lupa PIN, aplikasi tidak dapat melacak nomor resi, dan gangguan saat pengiriman kode verifikasi akun. Permasalahan-permasalahan tersebut berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Pos Aja. Jika tidak segera diatasi, permasalahan ini dapat menurunkan kepuasan pengguna secara signifikan dan berdampak pada loyalitas mereka terhadap aplikasi Pos Aja.

Untuk mengoptimalkan loyalitas terhadap pelanggan, PT Pos Indonesia perlu memonitori tingkat kepuasan mereka terhadap aplikasi Pos Aja. Penelitian sebelumnya menyampaikan bahwa kepuasan pelanggan berdampak baik dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Priyantini et al., 2022). Dalam hal ini, kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman pengguna. Pengguna yang puas dengan layanan aplikasi Pos Aja cenderung akan menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan (Oktaviani, P., 2018). Dengan memberikan layanan berkualitas yang dapat memenuhi kepuasan pengguna, loyalitas mereka terhadap aplikasi Pos Aja akan meningkat. Meskipun demikian, keberhasilan aplikasi Pos Aja sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengatasi tantangan-tantangan utama yang dihadapi (Anggriani, R., 2017).

PT Pos Indonesia menghadapi beberapa tantangan utama dalam meningkatkan layanan aplikasi Pos Aja. Pertama, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi kepuasan pengguna. Kedua, penentuan faktor-faktor kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna menjadi hal krusial. Selain itu, aplikasi Pos Aja memiliki peran penting dalam memfasilitasi komunikasi dan pengiriman barang. Oleh karena itu, kualitas layanan yang ditawarkan oleh aplikasi ini memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna (Sutoyo, 2015). Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dampak aplikasi Pos Aja terhadap loyalitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan menjabarkan kaitan antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna pada aplikasi Pos Aja. Selain itu, penelitian ini juga diperkirakan dapat menghasilkan temuan berbeda dari penelitian sebelumnya dengan melakukan penggalan

lebih lanjut mengenai analisis kualitas layanan pada aplikasi Pos Aja dan identifikasi upaya untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di peroleh dari data yang tersedia dan kesimpulan yang diambil oleh para peneliti, menjadikannya sebagai penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini mengikuti teori positivis dan digunakan untuk mengamati komunitas atau sampel serta mengumpulkan data memakai instrumen penelitian. Analisis data dilakukan dengan fokus kuantitas atau statistik, dan hipotesis yang sudah dipastikan diuji (Sugiyono, 2012). Studi ini mengaplikasikan pendekatan yang berkorelasi untuk menyelidiki bagaimana variasi dalam satu faktor terkait dengan variasi di faktor lain. Pendekatan ini digunakan untuk memahami hubungan antara kualitas layanan konsumen (X) dan produk (Y) melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2012).Partisipan dalam penelitian ini adalah warga fakultas pendidikan teknik dan kejuruan UPI. Waktu yang digunakan untuk mengambil sampel adalah selama 1 minggu, dimulai pada tanggal 23 Maret 2024. Jumlah sampel yang diambil adalah 30 informan, jumlah yang memungkinkan untuk melakukan analisis statistik menurut Ulber Silalahi (2006). Dalam definisi operasional, Jasa Pelayanan Kualitas terdiri dari lima faktor utama yang mendominasi atau menentukan kualitasnya, menurut Parasuraman (2012). Kelima faktor tersebut adalah:

1. Fisik (*Tangible*), termasuk fasilitas fisik, sumber daya, tenaga kerja, dan saluran komunikasi.
2. Keandalan (*Reability*), merupakan kemampuan guna mengaplikasikan layanan yang dilakukan dengan cepat, tepat, dan menyeluruh.
3. Daya tanggap (*Responsivennes*), Respon adalah kemauan staf untuk membantu *customer* dan memberi mereka layanan tepat waktu.
4. Empati (*Emphaty*), termasuk Kemudahan dalam menggunakan aplikasi
5. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, keterampilan, ketersediaan, dan keandalan yang dimiliki karyawan, terlepas dari bahasa, risiko, atau keragu-raguan.

Instrumen Kualitas Layanan

Untuk memahami lebih lanjut tentang kualitas layanan, perlu diketahui ciri apa saja yang memengaruhi kualitas layanan tersebut. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menentukan seberapa baik atau buruknya suatu layanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Parasuraman (2012), ada lima faktor utama yang dominan dalam menentukan kualitas layanan, yaitu:

Tabel 1. Instrumen Kualitas Layanan

Variabel	Faktor	Sub Indikator	Nomor Soal	Jumlah Butir
Kualitas Layanan (X)	<i>Tangibles</i>	1. Alat dan fasilitas	3	1
		2. Hasil yang dirasakan	4	1
	<i>Reability</i>	1. Kinerja yang dilakukan	12, 13	2
		2. Keuletan	17	1
	<i>Emphaty</i>	1. Kemudahan	2, 5,	2
2. Komunikasi	7	1		
<i>Responsivennes</i>	1. Respon layanan	10,16	2	
	2. Profesionalisme Karyawan	15	1	
<i>Assurance</i>	1. Jaminan Keamanan	8, 11	2	
	2. Keselamatan	14,	1	
Kepuasan Pelanggan (Y)	-	1. Hasil yang dirasakan	1, 6	2
		2. Hasil yang dibandingkan dengan harapan dan kebutuhan	9	1
Jumlah				17

Sumber: Data diolah, 2024.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan analisis deskriptif kuantitatif sebagai metode analisis data yang berupa persentase. Konsep ini, seperti yang dijelaskan oleh Sudijono (2000: 40-41), mengacu pada penggunaan frekuensi relatif, yang juga dikenal sebagai "tabel persentase." Istilah ini digunakan karena frekuensi yang disajikan dalam tabel tidak selalu mencerminkan frekuensi sebenarnya, melainkan frekuensi yang diinterpretasikan dalam konteks sudut pandang tertentu. Dengan demikian, guna menghitung persentase informan, digunakan rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{(n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

Keterangan:

r : Keterkaitan Skor Elemen dengan Total Kumulatif
X : Skor Elemen
Y : Total Akumulatif
N : Total Partisipan

Jika nilai korelasi (r) kurang dari nilai yang tercantum dalam tabel signifikansi 5%, maka nilai r yang dihitung akan dibandingkan dengan nilai r tabel. Apabila nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi yang sama, maka butir soal dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r yang dihitung lebih kecil dari nilai r tabel, maka butir soal dianggap tidak valid atau dikeluarkan dari analisis. Dalam evaluasi kepuasan pengguna aplikasi PosAja, sebanyak 17 pertanyaan disajikan kepada responden.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Skala persentase
F : Intensitas
N : Total Partisipan

Mengacu pada pendapat Sudijono (2000: 40-41), setiap butir instrumen yang menggunakan skala likert memiliki rentang penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara itu, Sugiyono (2007: 93-95) menyebutkan bahwa skala likert dimanfaatkan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Dengan kata lain, skala Likert menyediakan pilihan jawaban yang bervariasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan.

Dengan demikian, skala likert merupakan alat ukur yang memungkinkan responden memberikan tanggapan dalam rentang nilai tertentu, mulai dari nilai yang sangat baik hingga sangat buruk, terkait dengan pernyataan atau pertanyaan yang diajukan.

HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian, data berperan penting sebagai variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian. Arikunto (2010: 211) menyatakan bahwa uji coba instrumen sangat penting dilakukan dalam penelitian. Teori validitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa valid atau sahih sebuah instrumen. Instrumen tersebut hanya dianggap valid jika dapat mengukur sesuai yang diinginkan. Semua pernyataan dalam angket yang dianggap sah memiliki nilai korelasi minimal 0,632, mengindikasikan kemampuan pernyataan-pernyataan tersebut membedakan responden memuaskan.

Pengujian validitas pada instrumen dilakukan untuk menguji kemampuan suatu meteran untuk memeriksa kemampuannya dalam menilai apa yang ingin dinilai. (Suharsimi A, 1993: 196) menyatakan bahwa uji coba daftar pertanyaan perlu dilakukan agar responden dapat menyampaikan pendapat mereka tentang kuesioner tersebut. Peneliti ini menggunakan model korelasi Pearson yang dijelaskan oleh Arikunto (2010).

Tabel 2. Uji Validitas Terhadap Variabel X

VARIABEL INSTRUMEN	R HITUNG	R TABEL	VALIDITAS
X1	0,714	0,514	VALID
X2	0,655	0,514	VALID
X3	0,703	0,514	VALID
X4	0,798	0,514	VALID
X5	0,540	0,514	VALID
X6	0,787	0,514	VALID
X7	0,760	0,514	VALID
X8	0,761	0,514	VALID
X9	0,772	0,514	VALID
X10	0,830	0,514	VALID
X11	0,754	0,514	VALID
X12	0,723	0,514	VALID
X13	0,773	0,514	VALID
X14	0,768	0,514	VALID

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel pengujian validitas pertanyaan, dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan pertanyaan yang diajukan, terdapat 14 pertanyaan variabel X yang dinyatakan valid. Dengan demikian, pertanyaan-pertanyaan tersebut akan digunakan dalam penelitian ini. Hasil pengujian validitas ini menjadi acuan untuk menentukan pertanyaan yang layak digunakan sebagai instrumen penelitian, sehingga data yang diperoleh nantinya dapat diandalkan dan mencerminkan variabel yang ingin diukur dengan akurat.

Tabel 3. Uji Validitas Terhadap Variabel Y

VARIABEL INSTRUMEN	R HITUNG	R TABEL	VALIDITAS
Y1	0,857	0,514	VALID
Y2	0,612	0,514	VALID
Y3	0,713	0,514	VALID

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel pengujian validitas pertanyaan, diperoleh hasil bahwa terdapat 3 pertanyaan variabel Y yang dinyatakan valid. Oleh karenanya, Pertanyaan inilah yang akan ditambahkan dalam penelitian ini. Apabila instrumen digunakan dalam menilai berbagai aspek, maka reliabilitasnya perlu diuji. Dalam penelitian pengembangan ini, metode alpha Cronbach ditujukan untuk mengukur reliabilitas instrumen. Untuk pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, nilai alpha Cronbach diperiksa menggunakan program software SPSS 23.0 dengan rumus pearson untuk memverifikasi keandalan instrumen. Menurut interpretasi yang dibuat oleh Arikunto (1993: 233), nilai alpha Cronbach menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen.

0,800 sampai 1,00 = Sangat tinggi,
 0,600 sampai 0,800 = Tinggi,
 0,400 sampai 0,600 = Cukup,
 0,200 sampai 0,400 = Rendah,
 0,000 sampai 0,200 = Sangat Rendah.

Tabel 4. Hasil Uji Rabilitas

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	NO ITEMS
X	924	14
Y	566	3

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan evaluasi reliabilitas yang dilakukan dengan *software* SPSS versi 23.00, diperoleh koefisien reliabilitas variabel X sebesar 0,924, sedangkan koefisien reliabilitas variabel Y sebesar 0,566. Kesimpulan ini menunjukkan reliabilitas atau keandalan yang diakui dari instrumen yang diaplikasikan dalam penyelidikan ini. Setelah data diperoleh melalui kuesioner, pengolahan data dilakukan dengan mengubahnya menjadi bentuk persentase untuk setiap butir pertanyaan yang diajukan. Penyajian data dalam bentuk persentase memudahkan pemahaman dan analisis terhadap data yang diperoleh (Ramadanti et al., 2021). Persentase dari masing-masing butir pertanyaan ditampilkan sebagai berikut.

Tabel 5. Presentase Jawaban Kuisioner

Pertanyaan	Jawaban					Rata rata
	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik	
1	6,6%	13,3%	33,3%	33,3%	13,3%	Cukup Baik
2	3,3%	10%	30%	40%	16,6%	Cukup Baik
3	0%	20%	33,3%	33,3%	13,3%	Cukup Baik
4	6,6%	16,6%	23,3%	30%	23,3%	Cukup Baik
5	0%	13,3%	40%	23,3%	23,3%	Cukup Baik
6	13,3%	6,6%	16,6%	43,3%	20%	Cukup Baik
7	13,3%	20%	46,6%	20%	0%	Buruk
8	10%	16,6%	13,3%	40%	20%	Cukup Baik
9	6,6%	16,6%	53,3%	13,3%	10%	Cukup Baik
10	10%	16,6%	20%	40%	13,3%	Cukup Baik
11	0%	10%	36,6%	30%	23,3%	Cukup Baik
12	3,3%	13,3%	40%	23,3%	20%	Cukup Baik
13	3,3%	16,6%	36,6%	26,6%	16,6%	Cukup Baik
14	0%	16,6%	36,6%	30%	16,6%	Cukup Baik
15	3,3%	6,6%	33,3%	30%	26,6%	Cukup Baik
16	6,6%	10%	30%	23,3%	30%	Cukup Baik
17	10%	13,3%	33,3%	13,3%	30%	Cukup Baik

Sumber: Data diolah, 2024.

Persentase tersebut dihitung untuk memudahkan pemahaman dan analisis terhadap data yang diperoleh. Dengan menyajikan data dalam bentuk persentase, peneliti dapat mengetahui proporsi responden yang menjawab setiap pilihan pada setiap butir pertanyaan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Hal ini membantu dalam menginterpretasikan hasil penelitian secara lebih jelas dan terperinci.

Tabel 6. Rata-Rata Variabel

Variabel	Butir Pertanyaan	Total Rata-Rata
Loyalitas Pelanggan (X)	2,3,4,5,7,8,10,11,12,13,14,15,16,17	3,435
Kepuasan Pelanggan (Y)	1,6,9	3,386

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan data yang disajikan, terdapat dua variabel utama yang diukur, yakni Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan. Loyalitas Pelanggan memiliki skor rata-rata yang lebih tinggi, yaitu sebesar 3,435 dibandingkan dengan Kepuasan Pelanggan dengan skor rata-rata sebesar 3,386, meskipun keduanya berada di atas nilai tengah skala. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepuasan mereka. Namun, skor rata-rata yang cukup baik pada kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa pelanggan memiliki tingkat loyalitas dan kepuasan yang cukup positif secara umum.

PEMBAHASAN

Menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, aplikasi "Pos Aja" perlu menilai kualitas pelayanannya secara menyeluruh. Teori kualitas layanan Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (Hardiyansyah, 2011: 11) mengklasifikasikan lima elemen utama yang digunakan untuk menilai pemberian layanan: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keamanan, atau empati. Evaluasi terhadap kelima dimensi ini dapat memberikan gambaran aspek-aspek yang perlu ditingkatkan sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terjaga dengan baik. Berikut penjelasan lebih lanjut dari setiap dimensi utama kualitas layanan:

Analisis Kualitas Layanan Dalam Aspek Tangibles Terhadap Loyalitas Pelanggan

Aspek bukti fisik (tangibles) aplikasi Pos Aja masih perlu ditingkatkan untuk memengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam penelitian, untuk aspek ini digunakan 2 pertanyaan untuk memperoleh data penelitian, yaitu pertanyaan 3 dan pertanyaan 4. Dari data analisis yang dilakukan, pada pertanyaan 3 data terbanyak dalam penilaian diperoleh sebesar 23,3% responden menilai cukup baik, dan 23,3% responden menilai baik. Sementara itu, pada pertanyaan 4 diperoleh data terbanyak dalam penilaian sebesar 30% responden menilai baik. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap bukti fisik aplikasi Pos Aja cukup beragam. Dengan sebagian besar responden menilai cukup baik atau baik. Bukti fisik dalam konteks aplikasi Pos Aja dapat mencakup tampilan antarmuka, desain visual, kemudahan navigasi, dan aksesibilitas fitur-fitur aplikasi (Darwin et al., 2014). Penilaian responden yang kurang baik mengindikasikan adanya permasalahan terkait tampilan aplikasi yang kurang menarik, sulit digunakan, atau kurang ramah pengguna (user-friendly).

Untuk meningkatkan penilaian pada aspek bukti fisik, PT Pos Indonesia perlu melakukan evaluasi. Terhadap desain antarmuka dan pengalaman pengguna (user experience) aplikasi Pos Aja. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan ahli desain antarmuka. Serta melakukan riset pengguna (user research), dan mengumpulkan umpan balik langsung dari pengguna aplikasi (Cornelia et al., n.d.). Perbaikan pada aspek bukti fisik dapat mencakup peremajaan desain visual, optimalisasi tata letak antarmuka, serta penyederhanaan alur penggunaan fitur-fitur utama aplikasi. Selain itu, aksesibilitas aplikasi juga perlu diperhatikan agar dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai segmen pengguna, termasuk pengguna dengan kebutuhan khusus.

Analisis Kualitas Layanan Dalam Aspek Reliability Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam menganalisis aspek ini digunakan 3 pertanyaan, yaitu pertanyaan 12,13, dan 17. Berdasarkan data, dalam 3 pertanyaan tersebut responden menilai daya tanggap aplikasi Pos Aja sudah cukup baik. Dalam pertanyaan 12 nilai terbanyak sebesar 40% menilai sudah cukup baik. Pada pertanyaan 13 diperoleh nilai terbanyak sebesar 36,6% responden menilai sudah cukup baik. Pada pertanyaan 17 diperoleh nilai terbanyak sebesar 33,3% menilai sudah cukup baik. Keandalan dalam aplikasi Pos Aja mencakup kinerja aplikasi yang konsisten, waktu respon cepat, serta minimnya gangguan atau kesalahan dalam pengoperasian aplikasi. Penilaian responden yang baik pada aspek ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas (Larasati et al., 2023). Serta kinerja aplikasi Pos Aja dalam memberikan layanan yang andal dan dapat diandalkan.

Dari hasil penilaian dalam aspek ini, masih terdapat sebagian responden yang menilai keandalan aplikasi Pos Aja masih belum baik. Berbagai alasan, seperti masalah teknis pada aplikasi itu sendiri, kesalahan dalam pemrosesan transaksi, dan waktu respons yang lambat selama tampilan informasi, dapat menyebabkan hal ini. Untuk meningkatkan keandalan aplikasi Pos Aja, PT Pos Indonesia perlu melakukan pemeliharaan dan optimalisasi sistem secara berkala. Meningkatkan kapasitas infrastruktur pendukung seperti server dan jaringan internet. Selain itu, pengujian aplikasi secara menyeluruh juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki potensi kesalahan atau gangguan sebelum diluncurkan ke pengguna (Snadhika Jaya et al., 2018).

Analisis Kualitas Layanan Dalam Aspek Responsiveness Terhadap Loyalitas Pelanggan

Daya tanggap dalam konteks aplikasi Pos Aja dapat mencakup kecepatan respon aplikasi dalam memproses permintaan pengguna. Ketanggapan dalam memberikan informasi atau notifikasi, serta kemampuan aplikasi untuk menangani permintaan secara efisien (Qorika et al., 2022). Dalam menganalisis aspek ini digunakan 3 pertanyaan, yaitu pertanyaan 10, 15 dan 16. Berdasarkan data, dalam 3 pertanyaan tersebut responden menilai daya tanggap aplikasi Pos Aja sudah baik. Dalam pertanyaan 10 nilai terbanyak sebesar 40% responden menilai sudah baik. Pada pertanyaan 15 diperoleh nilai terbanyak sebesar 33,3% responden menilai sudah cukup baik. Pada pertanyaan 16 diperoleh nilai terbanyak sebesar 30% menilai sudah cukup baik dan juga 30% lainnya menilai sudah sangat baik.

Penilaian responden yang baik pada aspek ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas dengan kecepatan dan ketanggapan aplikasi Pos Aja. Dalam hal merespons permintaan atau memberikan informasi yang dibutuhkan. Namun, masih terdapat sebagian responden yang menilai daya tanggap aplikasi Pos Aja masih diperlukan pembaruan. Berbagai faktor dapat menyebabkan masalah ini, termasuk waktu pemrosesan transaksi yang tinggi dan respons notifikasi yang lambat. Juga Informasi mengenai status pengiriman produk juga belum jelas.

Untuk meningkatkan daya tanggap aplikasi Pos Aja. PT Pos Indonesia perlu melakukan optimalisasi kinerja aplikasi, terutama dalam hal pemrosesan transaksi dan penyampaian informasi secara real-time. Selain itu, peningkatan kapasitas server dan jaringan internet juga perlu dilakukan untuk meminimalkan kemacetan atau penundaan dalam merespons permintaan pengguna (Alfin & Nurdin, 2017). Dengan daya tanggap yang lebih maksimal dan respon yang lebih cepat, konsumen akan merasa lebih senang dalam menggunakan aplikasi Pos Aja karena kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan cepat dan efisien, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Analisis Kualitas Dalam Aspek Assurance Terhadap Loyalitas Pelanggan

Data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai jaminan aplikasi Pos Aja cukup baik. Dalam menganalisis aspek ini digunakan 3 pertanyaan, yaitu pertanyaan 8, 11, dan 14. Berdasarkan data, dalam 3 pertanyaan tersebut responden menilai daya tanggap aplikasi Pos Aja sudah cukup baik. Dalam pertanyaan 8 nilai terbanyak sebesar 40% responden menilai sudah baik. Pada pertanyaan 11 diperoleh nilai terbanyak sebesar 36,6% responden menilai sudah cukup baik. Pada pertanyaan 14 diperoleh nilai terbanyak sebesar 36,6% responden menilai sudah cukup baik. Penilaian responden yang cukup baik pada aspek ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa aman dan percaya (Prasetio et al., 2012). Untuk menggunakan aplikasi Pos Aja untuk melakukan transaksi atau mengakses layanan.

Dari hasil penilaian dalam aspek ini, masih terdapat sebagian responden yang menilai jaminan aplikasi Pos Aja kurang baik. Ada beberapa hal yang menyebabkan ini terjadi, antara lain kekhawatiran terhadap keamanan informasi pribadi, prosedur dan kebijakan yang tidak jelas mengenai perlindungan data, serta kurangnya transparansi dalam menangani masalah keamanan dan privasi. Untuk meningkatkan jaminan aplikasi Pos Aja, PT Pos Indonesia perlu meningkatkan upaya dalam menjaga keamanan data pengguna. Misalnya, dengan mengimplementasikan enkripsi data yang kuat dan melakukan audit keamanan secara berkala (Amarin & Wijaksana, 2021). Selain itu, transparansi dalam kebijakan dan prosedur yang diterapkan juga perlu ditingkatkan agar pengguna merasa lebih yakin dan percaya dalam menggunakan aplikasi Pos.

Analisis Kualitas Layanan Dalam Aspek Emphaty Terhadap Loyalitas Pelanggan

Perasaan diperhatikan dan dihargai oleh penyedia layanan, juga kemudahan dalam menyelesaikan masalah merupakan indikator yang menjadi poin penting dalam aspek ini. Dalam menganalisis aspek ini digunakan 3 pertanyaan, yaitu pertanyaan 2, 5, dan 7. Berdasarkan data, dalam 3 pertanyaan tersebut responden menilai daya tanggap aplikasi Pos Aja sudah cukup baik. Dalam pertanyaan 2 nilai terbanyak sebesar 40% responden menilai sudah baik. Pada pertanyaan 5 diperoleh nilai terbanyak sebesar 40% responden menilai sudah cukup baik. Pada pertanyaan 7 diperoleh nilai terbanyak sebesar 46,6% menilai sudah cukup baik.

Sesuai data yang telah diambil, Mayoritas responden sudah merasa cukup baik dalam merasakan emphaty yang ditunjukkan oleh aplikasi pos aja, hal ini menunjukkan bahwa penyedia layanan mampu menunjukkan empati dengan memahami dan menghargai kebutuhan dan perasaan pengguna. Namun, perlu diingat bahwa masih ada ruang untuk perbaikan. Dikarenakan masih

terdapat responden yang menilai masih belum cukup baik yang menunjukkan bahwa tidak semua pengguna merasakan empati dari penyedia layanan secara konsisten.

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan memegang peranan yang krusial dalam menentukan loyalitas di kalangan konsumen. Kepuasan terhadap produk atau jasa menarik pelanggan untuk menggunakannya berulang kali. Ini menumbuhkan loyalitas pelanggan yang lebih besar dan memotivasi pelanggan untuk menyarankan barang atau jasa yang Anda miliki. Dalam menganalisis Kepuasan pelanggan aplikasi pos aja digunakan 3 pertanyaan, yaitu pertanyaan 1,6,dan 9. Dalam pertanyaan 1 nilai terbanyak sebesar 33,3% responden menilai sudah cukup baik dan 33,3% lainnya menilai sudah baik. Pada pertanyaan 6 diperoleh nilai terbanyak sebesar 43,3% responden menilai sudah baik. Pada pertanyaan 9 diperoleh nilai terbanyak sebesar 53,3% responden menilai sudah cukup baik.

Pada penelitian sebelumnya, telah diteliti subjek dan objek yang sama yaitu (kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi pos aja) oleh aques mini priyatini pada tahun 2022. Menggunakan kuesioner dan skala likert juga instrumen yang menilai variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Diperoleh rata rata per variabel sebagai berikut:

Tabel 7. Rata Rata Per Variabel

Variabel	Total Rata-Rata
Kualitas Layanan (X)	4,621
Kepuasan Pelanggan (Z)	4,369

Sumber: Aques Mini P, 2022

Jika dibandingkan dengan data yang kami peroleh pada tiap variabel, kami memperoleh rata rata pada variabel kualitas layanan (X) adalah: 3,435 dan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah: 3,386. maka dapat disimpulkan bahwa dalam penilaian 2 variabel tersebut mengalami penurunan yang signifikan. Dalam mengevaluasi hal tersebut diperlukan penanggulangan terhadap kualitas layanan lebih lanjut oleh aplikasi pos aja

Analisis Dampak Penurunan Loyalitas Pelanggan

Mempertahankan loyalitas pelanggan sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang bisnis aplikasi Pos Aja Anda. Kualitas pelayanan yang unggul, seperti: Objektivitas, keandalan, daya tanggap, keamanan, dan empati merupakan elemen kunci dari loyalitas pelanggan. Namun, data menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk peningkatan pada beberapa aspek tersebut. Apabila tidak ditangani dengan baik, penurunan kualitas layanan dapat menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan yang berdampak negatif bagi bisnis Pos Aja (Anardani & Putera, 2018).

Penurunan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Pos Aja dapat memicu efek negatif yang berkelanjutan bagi perusahaan. Semakin banyak pelanggan yang meninggalkan aplikasi karena penurunan kualitas layanan, maka transaksi dan pengiriman yang harus diproses akan terus berkurang. Hal ini dapat menurunkan efisiensi operasional Pos Aja secara signifikan. Lebih lanjut, apabila loyalitas pelanggan terus menurun, Pos Aja bisa kehilangan akses data penting pelanggan yang selama ini digunakan untuk analisis pasar atau pemasaran berkelanjutan. Kehilangan data pelanggan ini menjadi kelemahan besar bagi Pos Aja dalam memetakan strategi bisnis ke depannya (Wibowo, n.d.).

Dampak penurunan loyalitas pelanggan tidak hanya terbatas pada aspek operasional dan pemasaran, tetapi juga dapat mempengaruhi reputasi dan daya saing perusahaan (Thungasal & Siagian, 2019). Apabila semakin banyak pelanggan yang merasa tidak puas dan beralih ke layanan pesaing, hal ini dapat merusak reputasi Pos Aja di mata masyarakat. Penurunan reputasi menunjukkan bahwa layanan dan produk yang ditawarkan Pos Aja tidak memenuhi harapan pelanggan, sehingga menyebabkan hilangnya kepercayaan dan minat dari calon pelanggan baru. Dalam situasi persaingan bisnis yang ketat, kondisi ini dapat menyebabkan Pos Aja kehilangan posisi pasarnya dan sulit untuk memulihkan kembali pertumbuhan jangka panjangnya. Berikut ini merupakan dampak dari penurunan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Pos aja :

1. Penurunan Penjualan : Ketika loyalitas pelanggan menurun, penjualan aplikasi Pos Aja bisa menurun. Karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan pesaing atau layanan alternatif lainnya.

2. Hilangnya reputasi : Penurunan loyalitas pelanggan dapat merusak reputasi Pos Aja karena menunjukkan bahwa layanan dan produk Pos Aja tidak memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menyebabkan hilangnya kepercayaan dan minat dari pelanggan baru.
3. Menurunnya Daya Saing : Dalam dunia usaha yang kompetitif, Pos Aja bisa saja kehilangan posisi pasar akibat menurunnya loyalitas pelanggan. Hal ini mungkin sulit untuk dipulihkan dan mempengaruhi pertumbuhan jangka panjang perusahaan.
4. Peningkatan biaya pemasaran : Untuk menggantikan pelanggan yang hilang, Pos Aja mungkin perlu meningkatkan biaya pemasaran. Untuk memperoleh kembali pelanggan lama dan memperoleh pelanggan baru.
5. Berkurangnya efisiensi operasional : Semakin banyak pelanggan yang meninggalkan aplikasi, maka transaksi dan pengiriman yang harus diproses akan berkurang sehingga dapat menurunkan efisiensi operasional Pos Aja.
6. Hilangnya Data Pelanggan : Jika banyak pelanggan keluar dari aplikasi, Pos Aja bisa kehilangan akses data penting pelanggan. Hal ini menjadi kelemahan besar jika data digunakan untuk analisis pasar atau pemasaran berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hasil kajian dan pembahasan, serta indikator teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, dapat ditemukan bahwa aplikasi Pos Aja secara signifikan mengalami kerugian. Namun, aplikasi pos aja memiliki potensi perkembangan yang cukup besar. Dari hasil analisis data di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangible*) cukup baik dan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Pos Aja.
2. Keandalan (*reliability*) cukup baik dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Pos Aja.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) cukup baik dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Pos Aja.
4. Jaminan (*assurance*) cukup baik dan sangat memengaruhi kepuasan konsumen pada aplikasi Pos Aja.
5. Perhatian (*empathy*) cukup baik dan sangat penting untuk kepuasan konsumen aplikasi Pos Aja.
6. Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keamanan, dan empati memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan di aplikasi Pos Aja.

SARAN

Meskipun masih mendapatkan rating ulasan yang cukup tinggi, hal ini belum bisa menutupi fakta bahwa saat ini aplikasi Pos Aja mengalami penurunan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Pos Aja, Penting untuk terlibat dalam komunikasi dan periklanan berkelanjutan di media sosial, mengikuti perkembangan trend masa kini, menambahkan fitur-fitur yang unik dan menarik, serta meningkatkan fungsionalitas aplikasi Pos Aja. Langkah-langkah tersebut memungkinkan aplikasi Pos Aja memberikan pelayanan pengguna yang lebih baik sehingga memungkinkan bersaing dengan perusahaan sebidang yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. (2017). Kinerja PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pengiriman Paket Pos di Kota Pekanbaru)
Jurnal: JOM FISIP Vol. 4(2).
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 1(2).
- Anardani, S., & Putera, A. R. (2018). Analisis Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Manies Group Madiun dengan Pemodelan Ward And Peppard Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS*, 8(2), 97. <https://doi.org/10.21456/vol8iss2pp97-103>
- Anggriani, et.al,. (2017). Penerapan Learning Organizationi Pada PT. POS INDONESIA Regional X Makassar. *Unismuh*.
- Anggoro, B. (2022) *PosAja dan PosPay, Layanan Andalan Pos Indonesia di Era Digital*. Diakses dari: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/512431/posaja-dan-pospay-layanan-andalan-pos-indonesia-di-era-digital>

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Arikunto, Suharsimi. (1993). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cornelia, E., Veronica, N., Program, S. A., Perhotelan, M., Ekonomi, F., Kristen, U., Endo, P., Kartika, W., & Kaihatu, T. S. (n.d.). analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di laundry 5aeac surabaya.
- Darwin, S., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa manulife Indonesia-surabaya. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Hidayat, F. R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Aplikasi GO-JEK Di Kota Malang).
- Jember, U., Jember, H., ATL Jember, dan, & Ana Handayani, S. (2020). humaniora dan era disrupsi e-prosding seminar nasional pekan chairil anwar Kerja Sama fib humaniora dan era disrupsi teknologi dalam konteks historis. In *Zahratul Umniyyah, L. Dyah Purwita Wardani SWW* (Vol. 1, Issue 1).
- Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. (2008). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di laundry 5ASEC Surabaya. *Jurnal manajemen perhotelan*, 4(2), 45-57.
- Kotler, P. and Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan, Jakarta : Indeks.
- Larasati, R., Supinardi, Bambang, & Fadhilah, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Sleman. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 585–594. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3642>
- Muharromah, I., Yusuf, Y., & Utami, P. (2024). Inovasi Pelayanan Melalui Aplikasi Pos Aja Sebagai Upaya Menjaga Daya Saing Jasa Pengiriman Barang di PT. POS INDONESIA. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10491387>.
- Oktaviani, et.al., 2018. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan pos express PT. POS INDONESIA (PERSERO) Kantor Pos Kediri Kota. *Jurnal Jimek*. Vol 1(1). E-ISSN: 2621-2374
- Prasetio, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Artikel, I. (2012). Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Management Analysis Journal* (Vol. 1, Issue 4). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Priyantini, et. al., (2022). pengaruh dimensi Electronic Service Quality (E-SERVQUAL) terhadap loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pos Aja! di kab
- Qorika, E., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). simba seminar inovasi manajemen bisnis dan akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada pengguna aplikasi pospay pt. pos indonesia cabang magetan).
- Ramadanti, F., Mutaqin, A., & Hendrayana, A. (2021). Pengembangan E-Modul Matematika Berbasis PBL (Problem Based Learning) pada materi penyajian data untuk siswa smp. 05(03), 2733–2745.
- Snadhika Jaya, T., Studi Manajemen Informatika, P., Ekonomi dan Bisnis, J., & Negeri Lampung JlnSoekarno, P. (2018). Pengujian Aplikasi dengan Metode Blackbox Testing Boundary

Value Analysis (Studi Kasus: Kantor Digital Politeknik Negeri Lampung). *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 03(02).

Sasmoko, (2020). Membangun *Aplikasi Mobile Populer oleh Memanfaatkan Umpan Balik Pengguna*. Diakses dari: <https://research.binus.ac.id/edutech/2020/12/membangun-aplikasi-mobile-populer-oleh-memanfaatkan-umpan-balik-pengguna/>

Sinollah, (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*. Vol. 4(1), 46–64

Sutoyo, et.al,. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Payment (pos pay) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS INDONESIA (Persero) Medan.

Thungasal, C. E., & Siagian, I. H. (2019). pengaruh kualitas layanan *dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada hotel kasuari* (Vol. 7, Issue 1).

Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF

Wulansari N. (2022). Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Kilat Khusus di PT. Pos Indonesia Kebonjoro Surabaya. *Jurnal Publika*. Vol. 10(2), 457-470

Wibowo, L. A. (n.d.). *48-86 experiential marketing dan branded customer experience kaitannya dengan loyalitas pelanggan restoran dan café serta dampaknya pada citra bandung sebagai destinasi pariwisata Indonesia*

Zamroni,M.et.al, (2005). Pentingnya Kualitas Pelayanan (Service Quality) Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan (Society Satisfication). *Jurnal UNY*. Vol 5(2).

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi the type of descriptive research in communication study. In *Jurnal Diakom* (Vol. 1, Issue 2).