**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN BARANG PT. POS INDONESIA (KANTOR POS BANGKALAN)**

Tiara Malia Mukti

Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI Bangkalan

*Tiaramukti15@gmail.com*

***Abstrak***

*Penelitian ini dibuat untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang di PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dan dokumentasi.Hasil penelitian uji t diketahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung 2,919 > ttabel 2,012 dan nilai signifikasi 0,005 maka H0 ditotak dan Ha diterima. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ini ditunjukkan dengan nilai thitung 2,015 > ttabel 2,012 dan nilai signifikansi 0,002 maka H0 ditotak dan Ha diterima. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung 2,772 > ttabel 2,012 dan nilai signifikansi 0,008 maka H0 ditotak dan Ha diterima. Secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil fhitung > ftabel (18,943 > 2,80) dengan nilai signifikansi 0,000.*

***Kata-kata Kunci****: Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan*

**Abstract**

The increasing number of demand for shipping services has become a profitable loophole for expedition business actors. This can be seen from the large number of companies expanding their wings in the field of shipping goods. The problem formulation in this study is "is there any influence of service quality, price, and facilities on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Post Office Bangkalan", While the purpose of this study was "to determine the effect of service quality, price, and facilities on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Bangkalan Post Office. This study employed quantitative research, as for the analytical method used in this study is the multiple linear regression method. The population in this study were all customers of PT. Pos Indonesia Bangkalan Post Office, using accidental sampling technique with a sample of 50 respondents. The data collection techniques used in this study are questionnaires and documentation. The results of the t-test shows that service quality affects customer satisfaction, indicated by the tcount value of 2.919 > ttable of 2.012 and a significance value of 0.005. Therefore, H0 is rejected and Ha is accepted. Price has an effect on customer satisfaction as indicated by the value of tcount 2.015 > ttable 2.012 and a significance value of 0.002, so H0 is rejected and Ha is accepted. Facilities have an effect on customer satisfaction, indicated by the value of tcount 2.772 > ttable 2.012 and a significance value of 0.008, then H0 is rejected and Ha is accepted. Simultaneously, the quality of service, price, and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction with the results fcount > ftable (18.943 > 2.80) with a significance value of 0.000.

**Keywords:** Service Quality, Price, Facilities, Customer Satisfaction

**Latar Belakang**

Di zaman penjajahan, Indonesia sudah memiliki jasa pengiriman pertama yaitu Pos Indonesia, tepatnya pada tahun 1602 saat Indonesia dijajah oleh VOC. Awalnya seseorang yang ingin mengirimkan surat kabar dengan cara dititipkan pada Stadsherbg yaitu gedung penginapan kota. Dengan cara penitipan itulah Jendral G.W Baron Van Imhoff yang saat itu menjadi gubernur berfikir untuk membangun sebuah jasa pengiriman yang lebih terjamin dan aman, sehingga sejak tanggal 26 Agustus 1746 terbentuklah kantor pos pertama di Indonesia, tepatnya di Batavia yang saat ini kita kenal sebagai Jakarta. Selama 17 tahun berstatus perusahaan umum. Pada tanggan 20 Juni 1995 dengan nama PT POS Indonesia (Persero). Dengan beriring berjalannya waktu,, POS Indonesia saat ini mampu menunjukkan eksistensinya dalam bidang perposan di Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang menjangkau sekitar. (www.posindonesia,2014)

Berita terupdate dilansir dari laman Sindonews pengiriman barang di Kantor Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan meningkat 10%. memasuki pertengahan Ramadan, pengiriman barang dikantor pos Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur Meningkat 5%-10% dibandingkan hari biasa. Diperkirakan pengiriman barang akan terus mengalami peningkatan hingga H-3 lebaran , dimana pada saat itu diperkirakan pengiiman barang akan mengalami peningkatan 20%-30% Staf kantor cabang Bangkalan, Muzammil Anwar, arus pengiriman barang mengalami kenaikan dibandingkan hari biasa.

Kenaikan arus pengiriman paket dan dari menuju Bangkalan antara 5%-10% dibandingkan hari biasa. Pengiriman paket didominasi dari pengiriman domestik. Sedangkan pengiriman paket dari dan menuju luar negeri hanya meningkat sedikit, (www.sindonews,2019)

Berdasarkan berita tersebut kualitas pelayanan sangat optimal hal ini dikarenakan banyaknya pelanggan yang memilih jasa pengiriman PT POS sebagai pilihan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan yang semakin ketat merupakan salah satu ancaman bagi perusahaan. Perusahaan dituntut untuk melakukan strategi yang efektif dan tanggap dalam menghadapi persaingan bisnis dalam perusahaan jasa ekspedisi. Untuk itu PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal pengiriman. Karena peranan industri jasa pengiriman barang (Ekspedisi) semakin dibutuhkan masyarakat dalam pesatnya pendistribusian akan suatu barang. Pelanggan ingin mendapatkan produk mereka secara cepat, dengan pelayanan yang ramah, harga pengiriman yang relatif murah, dan fasilitas yang lengkap untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menurut [Suryana (2013:202)](reverensi/suryana/Screenshot_20210416_201905.jpg) kualitas pelayanan merupakan strategi atau tujuan yang dilakukan perusahaan yang kemudian secara integral dijadikan budaya dalam perusahaan. Hal ini sangat penting dalam jasa pengiriman barang karena kualitas pelayanan yang baik, ramah dan nyaman akan memberikan rasa puas kepada pelanggan. Kualitas pelayanan diharapkan mampu menarik loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan. Menurut [Shinta (2011:102)](reverensi/buku%20agustina%20shinta/Screenshot_20210416_192740.jpg) harga merupakan sejumlah uang yang ditukar dengan suatu barang atau jasa. Harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada pelanggan sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli. Bila harga tidak sesuai dengan kualitas produk maka pelanggan tidak akan membeli dan mempergunakan produk tersebut.

Selanjutnya hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan dan harga adalah fasilitas. Menurut [Tjiptono (2012:317)](reverensi/tjiptono%202012/Screenshot_20210416_202103.jpg) fasilitas merupakan bagiian dari bukti fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, Pemberian fasilitas memegang peranan pentng dalam perkembangan pada masa yang akan datang. Karenanya perusahaan jasa pengiriman memberikan fasilitas yang sebaik-baiknya kepada pelanggan. Hal ini bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan diharapkan pelanggan akan mau mengulangi membeli jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan [Sakti (2018:8)](reverensi/sakti%20dan%20mahfud%202018.pdf) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelangganPenelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Fitria (2019:72)](reverensi/fitria%202019.pdf) menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas layanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Ardiansyah (2020:66)](reverensi/ardiansyah%202020.pdf) menyimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Dewantoro dkk (2020:292)](reverensi/dewantoro%202020.pdf) menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian-penelitian tersebut memiliki hasil penelitian yang berbeda-beda mengenai kepuasaan pelanggan, harga, dan fasilitas sehingga menarik untuk diteliti. Salah satu jasa pengiriman PT POS cabang terdekat di Kabupaten Bangkalan yaitu yang terletak di Jalan Trunojoyo, No 2 Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan dan akan menjadi tempat penelitian ini dilakukan. Dari penjelasan di tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan”.**

**Rumusan Masalah**

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan?
4. Apakah kualitas layanan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelangganjasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan?

## Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan..
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan.
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan.
4. Untuk mengetahui kualitas layanan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan.

##

## Manfaat Penelitian

**Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat terhadap ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis.

**Manfaat praktis**

1. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang telah didapat dalam proses penelitian dan menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih luas.

1. Bagi perusahaan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan

1. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi seputar PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan yang dapat dijadikan referensi yang lengkap dan terpercaya.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Kualitas Pelayanan**

Menurut [Suryana (2013:26)](reverensi/suryana) kualitas pelayanan merupakan strategi atau tujuan yang dilakukan perusahaan yang kemudian secara integral dijadikan budaya dalam perusahaan. Pelayanan dijadikan salah satu faktor penting dalam setiap usaha yang didirikan. Sedangkan menurut [Kotler (2011:82)](reverensi/kotler%20philips) memberikan definisi kualitas pelayanan merupakan tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan rasa kepemilikan pada apapun.

### Harga

Menurut [Shinta (2011:102)](reverensi/buku%20agustina%20shinta) menegaskan bahwa harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah yang digunakan sebagai pertukaran atau transaksi. Penetapan harga yang dilakukan sebagai perencanaan pemasaran dan bauran pemasaran yang dapat menentukan posisi suatu produk di pasar serta keuntungan yang didapat oleh produk tersebut [(Sudaryono,2016:217)](reverensi/sudaryono%202016). sedangkan menurut [Abdurrahman dan Herdiana (2013:346)](reverensi/buku%20abdurrahman) harga merupakan nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang dan jasa. Oleh karena itu kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk

**Fasilitas**

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen ([Tjiptono, 2012:317)](reverensi/tjiptono%202012). Fasilitas meliputi kondisi fasilitas, desain, serta tata bangunan. Menurut Tjiptono (2012:318) mengemukakan terdapat beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa diantaranya merupakan perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan, tata cahaya, warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung

###

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut [Hasan (2014:150)](reverensi/hasan%20ali) merupakan rasa senang ataupun rasa kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja dan hasil prosuk. Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian setelah membeli dimana alternatif yang dipilih sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul karena hasil tidak memenuhi harapan ([Tjiptono, 2012;353)](reverensi/tjiptono%202012) .

**Kerangka Berpikir**

Secara sistematis, kerangka konseptual dalam penelitian inii dapat digambarkan sebagai berikut

**Fasilitas**

**(X3)**

1. Pertimbangan / Perencanaan Spasial
2. Perencanaan Ruangan
3. Perlengkapan / Perabotan
4. Tata Cahaya
5. Warna
6. Pesan-Pesan yang Disampaikan Secara Grafis

**90**

**Harga**

**(X2)**

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
3. Daya Saing Harga
4. Kesesuaian Harga

**90**

**Kualitas Pelayanan**

**(X1)**

Kehandalan (*Reliability*),

Ketanggapan (*Responsivenees*)

1. Jaminan (*Assurance*),
2. Empati (*Empathy*),
3. Bukti Fisik (*Tangible*)

**90**

H1 H2 H3

1

**Kepuasan Pelanggan**

**(Y)**

1. Keseuaian Harapan,
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Kesediaan Merekomendasikan

H4

**Gambar 2.1 Kerangka berfikir**

Keterangan :

 : Pengaruh secara parsial

 : Pengaruh secara simultan

# METODE PENELITIAN

##

## Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif karena data yang akan digunakan berupa angka-angka. Menurut [Sugiyono (2015:14)](reverensi/sugiono%202015) metode penelitian kuantitatif dapat diartiakan sebagai metode yang berlandaskan filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel secara random, proses pengumpulan datanya harus menggunakan instrument penelitian dan analisis data yang bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji

Dalam penelitian ini penulis mengguanakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis asosiatif, karena terdapat variable-variabel yang akan ditelaah hubungan dan tujuannya untuk menghasilkan gambaran mengenai hubungan antar variable yang diteliti.

## Lokasi Penelitian

## Tempat yang dipilih peneliti dalam melakukan penelitian yakni di PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan yang berlokasi di Jalan Trunojoyo, No 2, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan.

##

## Instrumen Penelitian

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2015:199). Angket ini nantinya akan ditujukan kepada pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Kuesioner yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah secara tertutup karena jawaban telah disediakan oleh peneliti, pengukuran menggunakan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban telah diberi skor dari 1 sampai 5, rinciannya sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) = 5

S (setuju) = 4

KS (Kurang Setuju) = 3

TS (Tidak Setuju) = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

1. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2017:219) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data secara langsung berupa foto-foto, laporan kegiatan, buku-buku yang relevan dan lain lain. Studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dan situs dari internet yang menjadi bahan referensi pendukung.

**Analisis Data Penelitian.**

**Uji Validitas**

Menurut Sudaryono (2017:302) menyatakan uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu tes atau kuesioner dikatakan memiliki validitas tinggi jika alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukurannya. Uji validitas menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment.* Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO | t hitung | ttabel | Keterangan |
| 1 | 0,742 | 0,279 | Valid |
| 2 | 0,597 | 0,279 | Valid |
| 3 | 0,676 | 0,279 | Valid |
| 4 | 0,721 | 0,279 | Valid |
| 5 | 0,777 | 0,279 | Valid |
| 6 | 0,908 | 0,279 | Valid |
| 7 | 0,862 | 0,279 | Valid |
| 8 | 0,868 | 0,279 | Valid |
| 9 | 0,793 | 0,279 | Valid |
| 10 | 0,823 | 0,279 | Valid |
| 11 | 0,882 | 0,279 | Valid |
| 12 | 0,806 | 0,279 | Valid |
| 13 | 0,852 | 0,279 | Valid |
| 14 | 0,801 | 0,279 | Valid |
| 15 | 0,381 | 0,279 | Valid |
| 16 | 0,639 | 0,279 | Valid |
| 17 | 0,876 | 0,279 | Valid |
| 18 | 0,872 | 0,279 | Valid |

*Sumber: SPSS 21*

Dari tabel 4.8 terdapat pernyataan pada penelitian ini berjumlah 18 butir pernyataan tentang kualitas pelayanan (X1), harga (X2), fasilitas (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) di PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi lebih dari 0,279 dan dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Sudaryono (2017:322) mengemukakan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu tes dapat dipercaya. Reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS, reliabilitas ditentukan dengan menghitung nilai koefisien *croanbach alpha* dari masing-masing variabel, jika koefisien *Croanbach Alpha* > 0,60 maka indikator tersebut reliabel.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| ,897 | ,899 | 18 |

*Sumber: SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.9 tersebut seluruh pernyataan yang berjumlah 18 pernyataan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899. artinya 0,899 > 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner pada penekitian ini telah reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

**Uji Normalitas**

Menurut [Ghozali (2013:154)](reverensi/ghozali%20imam) uji normalitas bertujuan untuk menguji data pada variabel pengganggu atau residual berdistrusi normal atau tidak. Salah satu cara pengujian uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram atau normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, suatu data pengujian dikatakan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Selain itu, normal atau tidak normal sebuah data juga dapat dilihatdari P.P Plot dimana jika data menyebar menjauh dari garis diagonal maka data dianggap tidak berdistribusi normal tapi jika data mendekati garis diagonal atau mengikuti garis diagonal maka data dianggap berdistribusi normal.

Dari pengujian normalitas yang sudah dilakukan dapat dilihat hasil uji normalitas pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Normalitas**

|  |
| --- |
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 50 |
| Normal Parametersa,b | Mean | ,0000000 |
| Std. Deviation | ,87738614 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,125 |
| Positive | ,125 |
| Negative | -,097 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | ,881 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,419 |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |

*Sumber: SPSS 21*

Pada tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar dengan kata lain variabel residual berdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan pendekatan statistik Komogorv - Smirnov .



**Gambar 4.2 Hasil Uji P Plot Normalitas**

Sumber: SPSS 21

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar mendekati garis diagonal dengan demikian, sehingga penelitian atau variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

**Uji Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda yang ditunjukkan dalam tabel di bawah maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Y = a+ b1X1 + b2X2 + b3X3 +e

= 1,595 + 0,232X1 + 0,136X2 + 0,165X3+e

Nilai regresi linier berganda dapat dilihat pad tabel dibawah:

**Tabel 4.11**

**Uji Regresi Linier Berganda**

|  |
| --- |
|  **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized CoefficientsBeta | t | Sig. |
| B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | 1,595 | 1,558 |  | 1,024 | ,311 |
| Kualitas pelayanan | ,232 | ,079 | ,324 | 2,919 | ,005 |
| Harga | ,136 | ,067 | ,245 | 2,015 | ,050 |
| Fasilitas | ,165 | ,060 | ,366 | 2,772 | ,008 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan |

*Sumber:SPSS 21*

Berdasarkan persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (ß0) = 1,024. Ini menunjukkan dimana jika variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3) adalah 0, sehingga kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan akan meningkat sebesar 1,024.
2. Koefisien (ß1) = 2,919. Ini menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan akan meningkat sebesar 2,919.
3. Koefisien (ß2) = 2,015. Ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan akan meningkat sebesar 2,015..
4. Koefisien (ß3) = 2,772. Ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X3) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, Sehingga kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan akan meningkat sebesar 2,772

**Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

Menurut Ghozali (2013:171) koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model regresi menerangkan variabel dependen dan bertujuan untuk menentukan presentase total dalam variabel. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R Square):

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Koefsien Determinasi (R Square)**

|  |
| --- |
| **Model Summaryb** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,743a | ,553 | ,523 | ,906 |
| a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan |

*Sumber: SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* Sebesar 0,523 artinya 52,3%. jadi bisa diambil kesimpulkan variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Uji Hipotesis**

**Uji T**

Nilai ttabel pada tingkat kesalahan 5% dengan derajat kebebasan (df) = (n-k). Dengan jumlah responden sebanyak 50 responden dan jumlah seluruh variabel sebanyak 4 sehingga diperoleh nilai df = n – k, 50 – 4 = 46. Uji thitung yang dilakukan adalah menggunakan ttabel pada tingkat a = 5% yakni 2,012.

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji T**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,595 | 1,558 |  | 1,024 | ,311 |
| Kualitas Pelayanan | ,232 | ,079 | ,324 | 2,919 | ,005 |
| Harga | ,136 | ,067 | ,245 | 2,015 | ,002 |
| Fasilitas | ,165 | ,060 | ,366 | 2,772 | ,008 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan |

*Sumber: SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.13 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,919) > ttabel (2,012) dan nilai signifikan sebesar 0,005 < 0,05.
2. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,015) > ttabel (2,012) dan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05.
3. Variabel fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,772) > ttabel (2,012) dan nilai signifikan sebesar 0,008 < 0,05.

**Uji F**

Uji F dapat diketahui dengan mencari nilai derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut ini dapat di lihat dengan rumus F tabel = F (k : n - k) = (3 : 50- 3) =3 : 47

Uji signifikan simultan dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji F**

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 46,599 | 3 | 15,533 | 18,943 | ,000b |
| Residual | 37,721 | 46 | ,820 |  |  |
| Total | 84,320 | 49 |  |  |  |
| a. Dependzent Variable: Kepuasan Pelanggan |
| b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga |

*Sumber: SPSS 21*

Pada Tabel 4.14 Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai fhitung adalah 18,943 dan nilai ftabel adalah 2,80. Karena nilai Fhitung lebih besar daripada ftabel yaitu 18,943 > 2,80 maka Ha dan tolak Ho yang artinya variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**BAHASAN UTAMA**

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa nilai pada kualitas pelayanan (X1) sebesar thitung (2,919) > ttabel (2,012) dengan tingkat signifikan sebesar 0,005 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian yang telah dilakukan Dewantoro (2020:292) dalam penelitian tentang “Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan fasiltas terhadap kepuasan pelanggan JNE” yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam usaha bidang jasa, karena dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan dapat menambah minat beli pelanggan karena pelanggan selalu melihat manfaat dan keuntungan apa yang akan didapat mereka dan mereka terima dari menggunakan suatu jasa tersebut. PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan memberikan banyak sekali kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan seperti karyawan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, karyawan selalu ada ketika dibutuhkan, pelanggan merasa aman ketika menggunakan jasa pelayanan yang ramah, serta kondisi ruangan kantor bersih dan rapi.

**Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini yang kedua yakni terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa, nilai thitung (2,015) > ttabel (2,012) dengan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [Ardiansyah (2020:66)](reverensi/ardiansyah%202020.pdf) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. POS Indonesia Penyambungan” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Harga yang murah tidak selalu menjadi tujuan utama konsumen, beberapa konsumen lebih mengutamakan kualitas dan manfaat yang diberikan dibandingkan dengan harga yang murah. Harga dapat mendorong minat beli atau membatalkan minat beli. Hal ini juga salah satu yang menjadi prioritas pelanggan untuk memilih dalam,menggunakan suatu jasa. pelanggan akan membandingkan harga yang ditawarkan suatu perusahaan dengan perusahaan lain dengan melihat manfaat. Karena PT Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan tidak sembarangan memilh harga tetapi juga menawarkan manfaat yang dimiliki seperti harga jasa terjangkau oleh pelanggan, harga sesuai dengan kualitas yang diharapkan, harga lebih murah dengan harga perusahaan ekspedisi lain, dan harga sesuai dengan manfaat yang diharapkan.

**Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ketiga yakni terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa, pada variabel fasilitas (X3) sebesar nilai thitung (2,772) > ttabel (2,012) dengan tingkat signifikan sebesar 0,008 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya fasilitas menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya kepuasan pelanggan

Hasil penelitian yang didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [Sakti (2018:8)](reverensi/sakti%20dan%20mahfud%202018.pdf) yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi pada J&T Express kota Semarang) “ yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Dalam hal ini fasilitas memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang. Pemberian dan penempatan yang baik oleh perusahaan dapat memaksimalkan usahanya dalam memberikan kenyamanan terhadap pelanggan. Fasilias yang disediakan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan keadaan kantor nyaman bagi pelanggan yang datang, ketersediaan tempat duduk yang cukup untuk pelanggan, Adanya petunjuk tertulis yang memudahkan pelanggan, kantor memiliki tata pencahayaan yang cukup, ruangan kantor mempunyai warna yang menarik, dan erdapat banner iklan yang menarik berupa informasi seperti promo dan diskon di kantor.

**Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan uji hipotesis yang ke 5 yakni dapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa, fhitung 8,943 dan nilai ftabel adalah 2,80. Karena nilai Fhitung lebih besar daripada Ftabel yaitu 18,943 > 2,80 maka terima Ha dan tolak Ho yang artinya variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini juga diperkuat dari hasil uji koefisien determinasi (R Square)Sebesar 0,523 artinya 52,3%. yang berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,919) > ttabel (2,012) dengan tingkat signifikan sebesar 0,005 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,015) > ttabel (2,012) dengan tingkat signifikan sebesar 0,002 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima.
3. Fasilitas (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan. Hal ini terlihat dari nilai thitung (2,772) > ttabel (2,012) dengan tingkat signifikan sebesar 0,008 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha.
4. Hasil uji F menunjukkan bahwa fhitung 18,943 dan nilai ftabel adalah 2,80. Karena nilai fhitung lebih besar daripada ftabel yaitu 18,943 > 2,80 maka terima Ha dan tolak Ho yang artinya variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan

##

## Saran

1. Saran untuk Perusahaan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan

Hasil penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti antara lain:

1. Untuk variabel kualitas pelayanan (X1), PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik. Seperti keramahan karyawan saat melakukan bertransaksi, karyawan memberikan pelayanan cepat kepada pelanggan dan kondisi ruangan yang bersih dan nyaman. Hal ini sangat diperlukan untuk kepuasan pelanggan. Tetapi ada baiknya kualitas pelayanan yang ditingkatkan agar muncul loyalitas bagi pelanggan yang ada.
2. Untuk variabel harga (X2), PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan lebih transparansi terhadap tarif jasa pengiriman misalnya dengan memasang poster harga pada setiap loket sehingga dapat memudahkan pelanggan mengetahui tarif dengan mudah.
3. Untuk variabel fasilitas (X3), PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bangkalan memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti tersedianya tempat parkir, mushola, ruang tunggu yang cukup segingga dengan fasilitas yang lengkap itulah pelanggan merasa sangat nyaman.
4. Saran peneliti selanjutnya

Saran peneliti selanjutnya diharapkan agar mencari sudut pandang lain selain kepuasaan konsumen seperti loyalitas atau lainnya. hasil penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan sampel yang lebih banyak atau melakukan penelitian ditempat yang berbeda untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap variabel lainnya secara lebih luas.

Peneliti menyadari terdapat banyak kekurangan pada penelitian ini. Peneliti menilai banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang PT POS Bangkalan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian berikutnya untuk mengkaji lebih dalam mengenai kepuasan pelanggan jasa

#

# DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Nana Herdiana. (2013). Manajemen bisnis syariah & kewirausahaan Bandung: CV, Pustaka Media,

Agustina, Shinta. (2011), *Manajemen pemasaran,* Malang: UB press

Aka, (2021, Februari 5), Soal pengiriman barang tak kunjung sampai, J&T Express cabang Sumenep sebut salah input awal, *NusaDaily* from <http://nusadaily.com>

Ardiansyah, (2020), P*engaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia Panyabungan*. Padang: Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Dadang, sunyoto. (2013), *Dasar-dasar manajemen pemasaran,* Yogyakarta: CAPS

Dewantoro, Dikaprio, Dkk. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE.* Vol. 1, 2020 : 278-293

Fitria, Wika, (2018), *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan terhadap pengguna jasa kereta api bandara Kualanamu*. Medan: Universitas Sumatra Utara.

Ghozali, imam. (2013). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS23 edisi 8.* Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, Ali, (2014).. *Marketing dan kasus kasus pilihan, Buku 1, Cetakan ke-2*. Yogyakarta:Penerbit CAPS

Kotler, philip. (2011). *Manajemen pemasaran di Indonesia (edisi 1)*, Jakarta: Salemba empat

Kusdyah, ike (2012). Presepsi harga, merek, nilai, dan keinginan pembelian ulang jasa klinik kesehatan. jurnal manajemen kesehatan jurnal manajemen pemasaran.Vol.7. No. 1.

Sakti, Mahfudz. (2018). *“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada J&T Express kota Semarang”.* DiponegoroJournal Of Management. Vol. 7 : 1-8

Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi.* Yogyakarta CV.Andi offset.

Sugiono, (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung Alfabeta

Sugiyono. (2017). *statistik untuk penelitian.* bandung: alfabeta,CVAndi

Sunyoto, D. (2013). *Hak dan kewajiban bagi pekerja dan pengusaha*, jakarta: Pustaka Yustisia.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses edisi 4.* Jagakarsa,Jakarta Selatan: Salemba empat.

Tjiptono, (2012): *Pemasaran Jasa Prinsip, Penetapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.