


PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Survey Pada Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang)

Akbar Maula Fachreza¹, Ari Arisman², Barin Barlian³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Perjuangan Tasikmalaya
Email: akbar23gaul@gmail.com¹

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received Sept 07, 2022 Revised Sept 20, 2022 Accepted Sept 29, 2022	<i>This study aims to determine the effect of service quality and timeliness of delivery on consumer satisfaction (survey on consumer of PT Pos Indonesia (Persero) Indihiang). The results showed that there was a positive and significant effect of service quality on consumer satisfaction at PT POS Indonesia (Persero) branch post office Indihiang. The results showed that there was a positive influence and timeliness of delivery on consumer satisfaction at PT POS Indonesia (Persero) branch post office Indihiang. Based on this, it can be concluded that if there is an increase in the value of service quality, the value of consumer satisfaction will also increase. Based on this, it can be concluded that if there is an increase in the value of on time delivery, the value of consumer satisfaction will also increase.</i>
Keywords: Service Quality, On Time Delivery, Consumer Satisfaction	<i>This is an open access article under the CC BY-SA license.</i> 

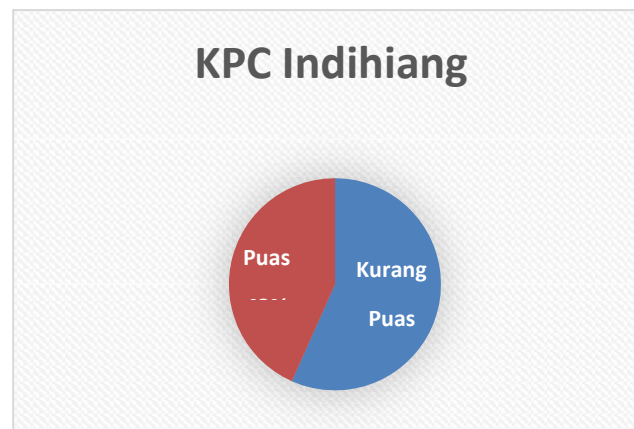
1. INTRODUCTION

Setiap perusahaan yang beraktivitas baik perusahaan yang bergerak di bidang jasa maupun barang tujuannya sama yaitu memperoleh keuntungan. Dapat dilihat bahwa semua perusahaan ingin memberikan yang terbaik untuk konsumennya dengan memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk maupun jasa yang perusahaan hasilkan. Perusahaan mengukur keberhasilannya berdasarkan kepuasan konsumen dengan menghasilkan produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan konsumen yang loyal.

Kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi serta kualitas jasanya sangat menentukan kepuasan konsumen. Pelanggan yang berkurang atau bahkan hilang, disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan, sehingga konsumen pindah ke penyedia layanan yang lain. Disini, perusahaan tertantang dengan hal ini, dalam membangun citra dan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Jika kepuasan konsumen terpenuhi, maka hubungan konsumen dengan perusahaan terjalin dengan baik, memungkinkan untuk terciptanya loyalitas serta konsumen tersebut dapat mempromosikan perusahaan dari mulut ke mulut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Ketepatan waktu pengiriman di pos indonesia tergolong jauh lebih mudah dibandingkan dengan ekspedisi lainnya. Salah satu kelebihan pos indonesia dibanding ekspedisi lainnya merupakan pengiriman yang hanya memerlukan waktu 1 hari dan maksimal 2-3 hari. Secara umum, ketepatan waktu pengiriman ekspedisi lainnya sebagai bagian berarti yang wajib diamati, ketepatan waktu pengiriman merupakan yang terpenting. Ketepatan waktu pengiriman, keluhan tentang keterlambatan transportasi, dan ketepatan waktu pengiriman menjadi faktornya, sangat dipengaruhi oleh jenis transportasi, melalui darat, cuaca, serta pesawat terbang. Tentunya ketiga hal tersebut akan memengaruhi lamanya waktu barang sampai ditempat tujuan maupun keamanan barang. Andaikan waktu pengiriman barang terlampaui lama mendarat ke customer dan rusak ataupun bahkan terjadi kehilangan, oleh karena itu tentunya akan mempengaruhi kepuasan customer terhadap perusahaan. Didalam ketepatan waktu pengiriman, baik di ekspedisi lain ataupun di pos indonesia, akan dihitung simulasi ongkir beserta fasilitas yang diberikan ekspedisi tersebut.

Data Kepuasan Konsumen Pt Pos Indonesia (Kantor pos cabang Indihiang)



Gambar 1 Grafik Kepuasan Konsumen

Sumber : Konsumen Di KPC Indihiang

Kepuasan menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap pelanggannya. PT Pos Indonesia telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap PT Pos Indonesia. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT Pos Indonesia. Dari tanggapan tersebut para pelanggan dapat diketahui kelebihan dan kekurangan PT Pos Indonesia sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan PT Pos Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang tidak dilakukan secara mendalam. Umumnya hanya menyelidiki permukaannya saja (Juliandi et al., 2014, p. 12). Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal atau hubungan sebab akibat yang merupakan penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Juliandi et al., 2014, p. 13). Didalam penelitian ini terdapat enam data variabel independen yang berupa kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu pengiriman (X2) dan satu data variabel dependen yang berupa kepuasan konsumen (Y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji F (Simultan)

Kriteria pengujian F jika nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka dapat disimpulkan secara bersama-sama (simultan) variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 1
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1685.554	2	842.777	303.263	.000 ^b
	Residual	264.008	95	2.779		
	Total	1949.561	97			

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 1 hasil uji F, diperoleh informasi bahwa nilai signifikansi uji F yang diperoleh adalah sebesar $0,00 < \alpha$ (0,05), maka dapat disimpulkan secara bersama-sama (simultan) variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji t (Parsial)

Kriteria pengujian t jika nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka dapat disimpulkan secara sendiri-sendiri (parsial) variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.110	.930		-1.194	.235

	X01	.232	.025	.509	9.128	.000
	X02	.499	.057	.489	8.759	.000

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan tabel 2 hasil uji t di atas, diperoleh informasi bahwa:

1. nilai signifikansi uji t yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar $0,00 < \alpha$ (0,05), maka dapat disimpulkan secara sendiri-sendiri (parsial) variabel kualitas pelayanan (X1) mempengaruhi variabel kinerja pegawai (Y) secara signifikan.
2. nilai signifikansi uji t yang diperoleh dari variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) adalah sebesar $0,00 < \alpha$ (0,05), maka dapat disimpulkan secara sendiri-sendiri (parsial) variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) mempengaruhi variabel kinerja pegawai (Y) secara signifikan.

Koefisien Determinasi

Nilai R^2 berada di interval 0 dan 1 dan nilainya mendekati 1, model regresi yang dihasilkan sangat baik dan begitupun sebaliknya.

Tabel 3
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.865	.862	1.66704

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Menurut tabel 3 Hasil koefisien Determinasi, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,862 atau 86,2%, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) dapat menerangkan variansi terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 86,2%, sedangkan sisanya 13,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) di PT POS Indonesia (Persero) kantor pos cabang Indihiang, hal ini ditandai dengan perolehan nilai signifikan dari uji t sebesar $0,00 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan konsumen juga meningkat. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartinah dan Pasaribu pada tahun 2018, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT POS Indonesia (Persero) Medan (Hartinah & Pasaribu, 2018). Maka besar pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 1,7% [$K_d = (0,178) \times 100\%$].

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Berganda

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.443	1.300		.341	.734			
	X1	.063	.036	.130	1.767	.080	.700	.178	.088
	X2	.842	.080	.775	10.568	.000	.871	.735	.525

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Nilai sig untuk pengaruh x1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen) sebesar $0,080 > 0,005$ dan nilai T hitung $1,767 > t$ tabel 0.198 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Noor juga menambahkan, dengan menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya akan tercipta kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan

merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama (Noor, 2020). Selain itu, hal ini secara tidak langsung juga berdampak positif pada loyalitas konsumen PT POS Indonesia (Persero) kantor cabang Indihiang.

Maka kesimpulan dari pernyataan tersebut bahwa dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : *exepcted service* dan *perceived service* sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen di PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di PT POS Indonesia (Persero) kantor pos cabang Indihiang, hal ini ditandai dengan perolehan nilai signifikan dari uji t sebesar $0,00 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada nilai ketepatan waktu pengiriman, maka nilai kepuasan konsumen juga meningkat. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Siburian dan Kartika pada tahun 2020, bahwa ketepatan waktu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka besar pengaruh ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial adalah sebesar 10,5% [$Kd=(0,735)2X 100\%$].(Lampiran 2 halaman77)

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh ketepatan waktu pengiriman secara parsial terhadap kepuasan konsumen dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Nilai sig untuk pengaruh x2 (Ketepatan Waktu Pengiriman) terhadap Y (Kepuasan Konsumen) sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai T hitung $10,568 > t$ tabel 0.198 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikansi ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dewantoro *et al* juga menambahkan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang memberi dampak kepada loyalitas, maka perusahaan harus mewujudkan ekspektasi konsumen seperti ketepatan waktu sesuai yang dijanjikan. Ketepatan waktu merupakan salah satu alasan terbesar konsumen menggunakan jasa/ produk tersebut, jadi sudah seharusnya PT POS Indonesia (Persero) KPC Indihiang mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengirim barang dengan tepat waktu (Dewantoro *et al*, 2020).

Maka kesimpulan dari pernyataan tersebut bahwa pengiriman yang tepat waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen disebabkan karena Ketika konsumen ingin melakukan pengiriman barang atau dokumen menggunakan Pos Indonesia (persero), ketepatan waktu pengiriman menjadi faktor penting. Ketepatan waktu pengiriman bisa diartikan memegang peranan penting, karena konsumen tentunya mengharapkan paket yang dikirimkan diterima tepat waktu seperti dengan janji penyedia layanan dan kebalikannya. Temuan ini sependapat dengan penelitian Saefur Rohman dan Fino Wahyudi Abdul (2021) yang menjabarkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen di PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di PT POS Indonesia (Persero) KPC Indihiang, hal ini ditandai dengan perolehan nilai signifikan dari uji F sebesar $0,00 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada nilai kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman, maka nilai kepuasan konsumen juga meningkat. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Tania pada tahun 2020, bahwa secara bersama-sama (simultan), kualitas pelayanan dan ketepatan waktu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya pada uji t, secara sendiri – sendiri, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, jika salah satu dari keduanya hilang atau berkurang maka tetap akan signifikan pada kepuasan konsumen di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang. Berdasarkan hal tersebut, PT Pos Indonesia harus menjaga kualitas pelayanan dan tidak lupa dengan tetap menjaga waktu pengiriman.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dan hasil analisis, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen di PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] **Alfario, S. N.** (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tiket Online (Studi Pada Konsumen Pengguna Aplikasi KAI Access). SKRIPSI. <http://repository.unimar-amni.ac.id/3321/2/BAB%20.pdf> (10 Desember 2021)
- [2] **Apriliani, A.** (2017). Hubungan Antara Pengamalan Nilai-Nilai Akhlak Dan Pola Asuh Orang Tua Dengan Hasil Belajar Matematika Peserta Didik Di Mts Al-Hikmah Bandar Lampung (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). http://repository.radenintan.ac.id/2597/1/pdfjoiner_4.pdf (10 Desember 2021)
- [3] **Asmaraga, A. A.** Analisis Kesenjangan Harapan Pelanggan Dan Persepsi Perusahaan Atas Harapan Pelanggan Terkait Kualitas Layanan Pengiriman Barang PT POS Indonesia Cabang Kota Jember. <https://repository.unej.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/101784/Ayu%20Anggun%20Asmaraga-160810201115.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (10 Desember 2021)
- [4] **Berliana, P. N., Suharyati, S., & Handayani, T.** (2020, November). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 1, pp. 440-456). <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/885/517> (10 Desember 2021)
- [5] **Dewantoro, Dikaprio, Lina Aryani & Faisal Marzuki.** 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. Prosiding BIEMA. 1(1), 278-279 <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/viewFile/869/502> (15 Desember 2021)
- [6] **Hartinah, Elsa & Fajar Pasaribu.** 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia (Persero) Medan. Karya Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: UMSU <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/11513/1/210.%20Pengaruh%20Kualitas%20Pelayanan%20dan%20Harga%20Terhadap%20Kepuasan%20Pelanggan%20Pada%20PT.Pos%20Indonesia%20%28Per.pdf#> (11 Desember 2021)
- [7] **Kawasa, A. J.** (2020). Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang JNE (Studi Kasus: JNE Cabang Kebon Nanas) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta). <http://repository.stei.ac.id/eprint/2218#> (12 Desember 2021)
- [8] **Khairani, K.** (2021). Analisis perbandingan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan pengiriman paket PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan dan PT. JNE Cabang Padangsidimpuan) (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan). <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/7001/#> (13 Desember 2021)
- [9] **Lumenta, D. J., & Mandey, S. L.** (2014). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5913/5445> (13 Desember 2021)
- [10] **Ningsih, S. N. W.** (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa titip platform Instagram di Jakarta (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya). <http://digilib.uinsby.ac.id/50482/> (13 Desember 2021)
- [11] **Noor, Fathtira Virdha.** 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar AL Wahida Indonesia: Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu. Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam: IAIN Bengkulu <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/> (13 Desember 2021)
- [12] **Noviansyah, M.** (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafekeluarga Sei Balai Kab. Batu Bara) (Doctoral dissertation, UMSU). http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14833/REVISIAN%20skripsi%20Muhammad%20Noviansyah_ACC%20Jilid.pdf?sequence=1&isAllowed=y (14 Desember 2021)
- [13] **Nurjanah, N., & Juanim, H.** (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar AXIS (Survei Pada Konsumen di XL Center Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas). <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/53585#> (14 Desember 2021)
- [14] **Oktri, A., & Rama, C.** (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ertos Buaran. S1 Manajemen, 1-22. <http://repository.stei.ac.id/2080/> (14 Desember 2021)

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN