

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Perusahaan



Gambar 4.1 Tampilan halaman depan PT. Pos Indonesia

PT POS INDONESIA (PERSERO) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kurir, logistik, dan transaksi keuangan. Nama PT Pos Indonesia (Persero) secara resmi digunakan pada tahun 1995, setelah sebelumnya menggunakan nama dinas PTT (Posts Telegraaf end Telefoon Diensts) pada Tahun 1906; kemudian berubah menjadi Djawatan PTT (Pos Telegraph and Telephone) pada tahun 1945; kemudian berubah status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) di tahun 1961; dan menjadi PN Pos & Giro di tahun 1965, serta kemudian menjadi Perum Pos dan Giro di tahun 1978.

PT Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu BUMN tertua di Indonesia. Keberadaannya di Nusantara berawal dari perusahaan dagang Hindia Belanda atau *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC) yang mendirikan Kantor Pos pada tanggal 26 Agustus 1746 di Batavia (Jakarta) dengan maksud untuk memudahkan pengiriman surat, terutama dalam kegiatan perdagangan. Pasang surut mewarnai perjalanan panjang dua setengah abad PT Pos Indonesia (Persero). Masa-masa keemasan industri perposan ada di tahun-tahun 1970 hingga 1980an. Masyarakat pengguna jasa pos sangat setia memanfaatkan layanan pos. Namun pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan gaya hidup, serta trend liberalisasi bisnis jasa pos membuat PT Pos Indonesia (Persero) mengalami pergeseran bisnis yang sangat signifikan.

Seperti juga dialami banyak perusahaan pos di dunia, PT Pos Indonesia (Persero) sempat mengalami penurunan kinerja usahanya di tahun 2000 – 2007. Bisnis suratpos di tahun-tahun tersebut menurun drastis. Penggunaan pesan singkat melalui telepon selular dan internet menggantikan peran surat pos individu. Demikian juga persaingan kiriman barang dengan para perusahaan kurir swasta membuat pangsa pasar PT Pos Indonesia (Persero) tergerus. Keadaan tersebut memaksa PT Pos Indonesia (Persero) berubah dan melakukan transformasi bisnis.

Manajemen perusahaan mencanangkan masa kebangkitan perusahaan di tahun 2009 dan menyusun visi dan misi baru serta perencanaan jangka panjang untuk membangun kompetensi perusahaan agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui berbagai program transformasi internal dan bisnis

perusahaan, pendapatan PT Pos Indonesia (Persero) di tahun 2016 telah mencapai lebih dari 4 (empat) triliun rupiah atau meningkat tiga kali lipat dari periode 2006-2007. Tiga tahun mendatang segenap pimpinan PT Pos Indonesia (Persero) menargetkan pertumbuhan pendapatan perusahaan dua kali lipat dari sekarang, menjadi 11,5 triliun rupiah.

Tantangan besar menanti didepan mata, beberapa kondisi yang memberikan pengaruh yang signifikan dalam kebijakan perusahaan adalah, Indonesia akan menjadi ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara. Pertumbuhan di Indonesia saat ini akan secara dramatis mengubah keadaan ekonomi 10 tahun ke depan. Semua aktivitas ini menunjukkan Indonesia menjadi destinasi tertinggi di wilayah Asia Tenggara bagi venture capital yang mencari perkembangan di ekonomi digital baru. (*Riset Google “Economy SEA Unlocking the \$200 billion opportunity in Southeast Asia”*).

Perkembangan ekonomi digital tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap bertumbuhnya e-commerce dan finansial teknologi secara masif dan disruptif Pasar logistik Indonesia merupakan yang terbesar di ASEAN. Dalam era Masyarakat Ekonomi ASEAN, bukan hanya ASEAN yang melirik Indonesia, tapi juga global. Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis yang memicu kepada persaingan yang semakin kompetitif, maka PT Pos Indonesia (Persero) akan melakukan transformasi dan melakukan perubahan lansekap bisnis, sehingga tetap dapat memiliki daya saing cukup dalam menghadapinya.

Dengan adanya perubahan Visi Perusahaan dari “*trusted postal service company*” menjadi “*to be the Postal logistics giant from the East*” atau “Menjadi raksasa logistik dari Timur”, maka perlu ditetapkan Rencana Jangka Panjang Perusahaan yang relevan dengan perubahan visi Perusahaan.

Kendati volume pengiriman surat individu tengah menurun, namun volume pengiriman surat bisnis dan kiriman korporasi terus meningkat. Sumber pendapatan terpenting lainnya adalah jasa pembayaran, jasa pengiriman uang, dan pengiriman paket. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, PT Pos Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertujuan untuk melaksanakan kegiatan usaha di bidang pelayanan jasa pos bagi masyarakat baik di dalam maupun di luar wilayah Indonesia.

Sebagai penyedia jasa pos tertua di Indonesia, PT Pos Indonesia (Persero) senantiasa bertekad untuk terus memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, sehingga mampu turut serta memajukan perekonomian nasional melalui paduan layanan yang diberikan hingga ke pelosok negeri.

Hingga saat ini, PT Pos Indonesia (Persero) melaksanakan kegiatan pos dengan bertumpu kepada tiga bisnis intinya yaitu layanan pengiriman surat dan paket, logistik, dan jasa keuangan. Di masa depan, melalui sebaran dan luasnya jaringan yang dimiliki, PT Pos Indonesia (Persero) akan memanfaatkan jaringan tersebut untuk mengembangkan keseluruhan portofolio bisnisnya sehingga PT Pos Indonesia (Persero) tidak hanya menjadi penyelenggara pos, tetapi mampu bertransformasi menjadi network company yang andal dan terdepan.

Sebagai BUMN yang berbentuk Perseroan Terbatas maka PT Pos Indonesia (Persero) tunduk kepada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Selain itu, keberadaan PT Pos Indonesia (Persero) sebagai BUMN yang bergerak dalam layanan bisnis surat, logistik dan jasa keuangan juga tunduk kepada berbagai peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

- 1) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN;
- 2) Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
- 3) Undang-Undang Nomor 38 tahun 2009 tentang Pos;

Sebagai anggota Universal Postal Union (UPU), PT Pos Indonesia (Persero) harus memperhatikan dua prinsip dasar dalam penyelenggaraan layanan pos, yaitu:

1. SINGLE POSTAL TERRITORY

Berdasarkan prinsip ini, seluruh wilayah negara anggota UPU termasuk dalam wilayah pos tunggal sehingga Indonesia dianggap sebagai bagian dari wilayah pos tunggal yang merupakan kesatuan bagi pertukaran kiriman pos.

2. FREEDOM OF TRANSIT

Berdasarkan prinsip ini, PT Pos Indonesia (Persero) dalam kapasitasnya sebagai operator ditugaskan dan mewakili negara, wajib menyalurkan atau meneruskan seluruh kiriman pos negara lain dengan sarana yang paling aman dan rute tercepat. Komitmen PT Pos Indonesia (Persero) dalam memberi kontribusi maksimal bagi bangsa dan negara tercermin dari peranperan PT Pos Indonesia (Persero) sebagai berikut:

- a) Peran PT Pos Indonesia (Persero) sebagai community center, yaitu untuk melayani masyarakat melalui jasa-jasa yang diberikan;
- b) Peran PT Pos Indonesia (Persero) sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam melayani masyarakat;
- c) Peran PT Pos Indonesia (Persero) sebagai perantara komunikasi antar masyarakat, organisasi, hingga negara;
- d) Menjadi salah satu infrastruktur negara, khususnya di bidang komunikasi dan logistik.

2. Motto, Visi, dan Misi Perusahaan

1) Motto Perusahaan

“UNTUK ANDA KAMI ADA, POS UNTUK SEMUA”

Maksudnya adalah pelanggan membutuhkan layanan jasa pos, maka PT. Pos Indonesia siap melayani semua kalangan masyarakat, baik dari kalangan bawah, menengah, dan atas.

2) Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan pos yang berkemampuan memberikan solusi terbaik dan menjadi pilihan utama stakeholder domestik maupun global dalam mewujudkan perkembangan bisnis dengan pola kemitraan, yang didukung oleh sumber daya manusia yang unggul dan menjunjung tinggi nilai.

3) Misi Perusahaan

Memberikan solusi terbaik bagi bisnis, pemerintah, dan individu melalui penyediaan sistem bisnis dan layanan komunikasi tulis, logistik, transaksi

keuangan, dan filateli berbasis jejaring terintegrasi, terpercaya, dan kompetitif dipasar domestik dan global.

3. Arti dan Makna Logo Pos



Gambar 4.2 Logo PT. Pos Indonesia

Sumber : <http://www.posindonesia.com>

- Simbol burung merpati dalam posisi terbang dengan pandangan lurus ke depan, lima garis sayap yang berbentuk garis-garis kecepatan, memiliki arti/makna bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya mengutamakan pada kecepatan, ketepatan dan terpercaya.
- Simbol bola dunia melambangkan peran perusahaan sebagai penyelenggara layanan yang mampu menjadi sarana komunikasi dalam lingkup nasional maupun internasional.
- Tipe tulisan “POS INDONESIA” dengan huruf Futura Extra Bold memberikan ciri khas sebagai perusahaan kelas dunia.
- Warna logo menggunakan warna korporat yaitu warna pos orange dan abu-abu. Warna Pos orange mengandung arti/makna dinamis dan cepat sedangkan

warna abu-abu merupakan warna natural mengandung arti/makna modern dari sisi pendekatan bisnis.

4. Tilografi

Tulisan “POS INDONESIA” terletak di bawah simbol burung merpati dan bola dunia dengan spesifikasi teknis :

- 1) Panjang tulisan POS INDONESIA sama dengan panjang/jarak horizontal ujung sayap terjauh dan ujung paruh burung merpati.
- 2) Letak huruf “O” pada tulisan INDONESIA tepat di bawah as vertical bola dunia.
- 3) Jarak antara sisi bawah bola dunia dengan sisi atas tulisan POS INDONESIA adalah setengah dari ukuran tinggi huruf “POS INDONESIA”.
- 4) Letak ujung ekor burung merpati tepat di atas huruf “I pertama” pada tulisan “INDONESIA”.

5. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (PERSERO)



Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia

Sumber : Data intern perusahaan (diolah)

6. Uraian Jabatan

PT. Pos Indonesia dikota Sidoarjo dipimpin oleh seorang Kepala Cabang yang bertugas memimpin kantor dibantu oleh seorang staff dan bagian-bagian.

Bagian – bagian tersebut dapat diklarifikasikan sebagai berikut, yaitu :

1) Bagian Jasa Bisnis Komunikasi (Biskom)

a. Jasa inti meliputi :

- Standart : Surat pos tercatat, dan surat pos biasa.
- Prioritas : Surat pos kilat khusus, dan surat pos kilat.
- Perlakuan Khusus : Surat pos perlakuan khusus

b. Jasa Perluasan : Layanan internet

2) Bagian Jasa Paket (Bisnis Logistik)

a. Jasa inti meliputi :

- Standart : Paket pos biasa.
- Prioritas : Paket pos kilat khusus
- Perlakuan Khusus : Paket pos perlakuan khusus

b. Jasa pengembangan : Paket pos optima, dan paket pos point to point

3) Bagian Jasa Keuangan dan Keagenan

a. Jasa inti meliputi :

- Standart : Wesel pos, giro pos.
- Prioritas : Wesel pos prima, giro pos prima
- Perlakuan Khusus : wesel pos perlakuan khusus, giro pos perlakuan

khusus, kemitraan, tabungan, pembayaran tagihan, dan penyaluran dana.

- b. Jasa pengembangan :cek pos wisata, wesel pos tagihan
- c. Jasa perlakuan khusus : poserba, layanan internet, dan waralaba

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Analisis Deskriptif dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui gambaran secara umum objek penelitian, khususnya mengenai karakteristik responden dan deskripsi jawaban responden terhadap sejumlah pernyataan yang disebarakan melalui kuesioner. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan ke 60 responden, dimana responden yang menjawab kuesioner ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dari hasil penyebaran kuesioner, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan yang dapat dilihat pada tabel-tabel berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	24	40,0	40,0	40,0
Valid Perempuan	36	60,0	60,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Dari Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin terlihat bahwa responden laki-laki berjumlah 24 orang atau 40% dan responden perempuan

berjumlah 36 orang atau 60%. Dengan demikian terlihat responden dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dibanding responden laki-laki, hal ini karena pada umumnya yang saya temui dilingkungan tempat penelitian yaitu PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo lebih banyak perempuan dari pada laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20 th	5	8,3	8,3	8,3
20-25 th	24	40,0	40,0	48,3
26-30 th	21	35,0	35,0	83,3
Valid 30-35 th	7	11,7	11,7	95,0
>35 th	3	5,0	5,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Berdasarkan Tabel 4.2 bahwa responden dengan usia <20 tahun berjumlah 5 orang (8,3%), usia 20-25 tahun berjumlah 24 orang (40%), usia 26-30 tahun berjumlah 21 orang (35%), usia 30-35 tahun berjumlah 7 orang (11,7%), dan usia >35 tahun berjumlah 3 orang (5%). Dengan demikian terlihat bahwa responden dengan usia 20-25 tahun merupakan kategori usia yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden yang berusia 20-25 tahun lebih banyak menggunakan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	20	33,3	33,3	33,3
Pegawai Swasta	6	10,0	10,0	43,3
Valid Pegawai Negeri	2	3,3	3,3	46,7
Wiraswasta	32	53,3	53,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Berdasarkan Tabel 4.3 responden dengan status Pelajar/Mahasiswa berjumlah 20 orang (33,3%), Pegawai Swasta berjumlah 6 orang (10%), Pegawai Negeri berjumlah 2 orang (3,3%), dan Wiraswasta berjumlah 32 orang (53,3%). Dengan demikian terlihat bahwa responden dengan status wiraswasta merupakan kategori pekerjaan yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden terbanyak merupakan wiraswasta yang menggunakan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp500rb-Rp1jt	11	18,3	18,3	18,3
Valid Rp1jt-Rp2jt	18	30,0	30,0	48,3
>Rp2jt	31	51,7	51,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Berdasarkan Tabel 4.4 responden dengan pendapatan Rp.500 ribu-Rp.1 Juta berjumlah 11 orang (18,3%), Rp.1 Juta-Rp 2 Juta berjumlah 18 orang

(30%), dan >Rp.2 Juta berjumlah 31orang (51,7%). Dengan demikian terlihat bahwa responden dengan pendapatan >Rp.2Juta merupakan kategori pendapatan terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden yang berpendapatan >Rp 2 Juta lebih banyak menggunakan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

2. Analisis Deskripsi Variabel

Deskripsi ini merupakan analisa dari variabel Service Quality yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Kepuasan Pelanggan dimana untuk melakukan analisa akan dilakukan berdasarkan dari hasil pernyataan responden pada masing-masing pertanyaan.

a. Deskripsi Variabel Bukti Fisik

Deskripsi terhadap Bukti Fisik akan dilakukan dari hasil pernyataan responden, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.5 : Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangible*)**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Tampilan serta interior gedung Kantor Pos Sidoarjo menarik.	23	37	-	-		60
2	Ruang tunggu di Kantor Pos Sidoarjo sangat nyaman.	30	29	1	-	-	60
3	Lokasi parkir di Kantor Pos Sidoarjo sangat luas dan memadai.	35	24	1	-	-	60
4	Penampilan karyawan Kantor Pos Sidoarjo rapi dan bersih.	25	32	3	-	-	60
Rata-rata		28,25	30,5	1,25	0	0	60
Persentase		47,08%	50,83%	2,08%	0,00%	0,00%	100,00%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Bukti Fisik (*Tangibles*) memiliki 4 indikator yaitu: menarik atau tidaknya tampilan gedung interior, kenyamanan ruang tunggu, luas lokasi parker, serta kerapian dan kebersihan karyawan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil menunjukkan pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 2,08%, setuju 50,83% dan sangat setuju 47,08% dari setiap pernyataan. Dari hasil tersebut, pernyataan terbesar adalah pernyataan setuju yakni 50,83%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan variabel Bukti Fisik yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

b. Deskripsi Variabel Kehandalan

Deskripsi terhadap Kehandalan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.6 : Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Pengiriman paket yang dilakukan Kantor Pos Sidoarjo selalu cepat dan tepat waktu.	30	30			-	60
2	Ketepatan waktu pelayanan Kantor Pos Sidoarjo sesuai dengan yang dijanjikan.	27	32	1		-	60
3	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan.	27	32	1		-	60
Rata-rata		28	31,33	0,67	0	0	60
Persentase		46,67%	52,22%	1,11%	0,00%	0,00%	100%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Kehandalan (*Reliability*) memiliki 3 indikator yaitu: ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kemampuan karyawan

dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil menunjukkan pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 0,67%, setuju 52,22% dan sangat setuju 46,67% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah pernyataan setuju yakni 52,22%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setuju dengan variabel Keandalan (*Reliability*) yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

c. Deskripsi Variabel Daya Tanggap

Deskripsi terhadap Daya Tanggap akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Keandalan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.7 : Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo bersedia menyelesaikan kesulitan pelanggan.	29	26	5	-	-	60
2	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo mampu menangani keluhan pelanggan.	23	34	3	-	-	60
3	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo mampu melayani pelanggan dengan segera.	15	30	15	-	-	60
Rata-rata		22,3	30	7,7	0	0	60
Persentase		37,22%	50,00%	12,78%	0,00%	0,00%	100%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Daya Tanggap (*Responsiveness*) memiliki 3 indikator yaitu: bersedia menyelesaikan kesulitan, mampu menangani keluhan pelanggan, mampu melayani pelanggan dapat

mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil menunjukkan pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 12,78%, setuju 50% dan sangat setuju 37,2% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah pernyataan setuju yakni 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setuju dengan variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

d. Deskripsi Variabel Jaminan

Deskripsi terhadap Jaminan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Jaminan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.8 : Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo membuat pelanggan merasa aman dan percaya selama bertransaksi.	19	30	11	-	-	60
2	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.	16	38	6	-	-	60
3	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo selalu bersikap sopan dan ramah pada setiap pelanggan.	31	29	-	-	-	60
Rata-rata		22,0	32,3	5,7	0	0	60
Persentase		36,67%	53,89%	9,44%	0,00%	0,00%	100%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Jaminan (*Assurance*) memiliki 3 indikator yaitu: jaminan keamanan, kepercayaan, memberikan informasi yang jelas, dan mudah dipahami, serta sikap sopan dan ramah karyawan dapat

mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil menunjukkan pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 9,4%, setuju 53,8% dan sangat setuju 36,6% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah pernyataan setuju yakni 53,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setuju dengan variabel Jaminan (*Assurance*) yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

e. Deskripsi Variabel Empati

Deskripsi terhadap Empati akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Empati, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.9: Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Empati (*Emphaty*)**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo dapat menciptakan komunikasi yang baik dengan pelanggan.	30	27	3	-	-	60
2	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo memberikan perhatian baik secara personal atau individual.	26	34	-	-	-	60
3	Karyawan Kantor Pos Sidoarjo selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	28	32	-	-	-	60
Rata-rata		28,0	31	1,0	0	0	60,0
Persentase		46,67%	51,67%	1,67%	0,00%	0,00%	100%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Empati (*Emphaty*) memiliki 3 indikator yaitu: menciptakan komunikasi yang baik, memberikan perhatian secara personal atau individual, dan mengutamakan kepentingan pelanggan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil

menunjukkan pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 1,6%, setuju 51,6% dan sangat setuju 46,6% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah pernyataan setuju yakni 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setuju dengan variabel Empati (*Emphaty*) yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

f. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Deskripsi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Kepuasan Pelanggan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.10 : Statistik Deskriptif
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan**

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Selama menggunakan pelayanan jasa di Kantor Pos Cabang Sidoarjo saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan.	41	19	-	-	-	60
2	Saya berkeinginan untuk menggunakan kembali jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo	41	19	-	-	-	60
3	Saya akan merekomendasikan pihak lain yang meminta saran untuk menggunakan pelayanan jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.	39	21	-	-	-	60
Rata-rata		40,3	19,7	0,0	0	0	60,0
Persentase		67,22%	32,78%	0,00%	0,00%	0,00%	100%

Sumber : Data diolah (Juni 2018)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, variabel Kepuasan Pelanggan memiliki 3 indikator yaitu: pengenalan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, penggunaan jasa, dan perilaku pasca penggunaan jasa pelayanan yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil menunjukkan

pelanggan yang menyatakan sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 0%, setuju 32,7% dan sangat setuju 67,2% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah pernyataan sangat setuju yakni 67,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setuju dengan variabel Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

3. Uji Instrumen

Uji instrument adalah suatu alat yang memenuhi persyaratan akademis , sehingga dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengukur suatu obyek ukur atau mengumpulkan data mengenai suatu variabel. Uji instrument dilakukan terhadap indikator dari masing-masing variabel agar dapat diketahui tingkat kevalidan indikator sebagai alat ukur variabel.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:172), Uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* pada hasil SPSS 20. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikan atau membandingkan r hitung dan r tabel. Indikator atau variabel dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Soal	R hitung	R tabel	Keputusan
Bukti Fisik (X ₁)	X _{1.1}	0,725	0,254	Valid
	X _{1.2}	0,636	0,254	Valid
	X _{1.3}	0,693	0,254	Valid
	X _{1.4}	0,820	0,254	Valid
Kehandalan (X ₂)	X _{2.1}	0,718	0,254	Valid
	X _{2.2}	0,670	0,254	Valid
	X _{2.3}	0,788	0,254	Valid
Daya Tanggap (X ₃)	X _{3.1}	0,619	0,254	Valid
	X _{3.2}	0,734	0,254	Valid
	X _{3.3}	0,787	0,254	Valid
Jaminan (X ₄)	X _{4.1}	0,773	0,254	Valid
	X _{4.2}	0,756	0,254	Valid
	X _{4.3}	0,700	0,254	Valid
Empati (X ₅)	X _{5.1}	0,722	0,254	Valid
	X _{5.2}	0,757	0,254	Valid
	X _{5.3}	0,800	0,254	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y _{1.1}	0,612	0,254	Valid
	Y _{1.2}	0,624	0,254	Valid
	Y _{1.3}	0,607	0,254	Valid

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Pada tabel diatas, pada masing-masing butir soal nilai R hitung >R tabel (0,254) sehingga data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa setiap butir soal pada masing-masing variabel dinyatakan valid. Nilai R hitung dapat dilihat pada lampiran output SPSS pada kolom Corrected Item-Total Correlation sedangkan nilai R tabel dapat dilihat pada lampiran tabel R dengan jumlah data (N) 60.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai

cronbach's alpha(α) lebih besar dari 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel ($\alpha > 0,60 =$ reliabel), sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih kecil dari 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah tidak reliabel ($\alpha < 0,60 =$ tidak reliabel). Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Alpha</i> <i>Cronbach's</i>	Standart Reliabilitas	Keputusan
Bukti Fisik (X_1)	0,787	0,60	Reliabel
Kehandalan (X_2)	0,790	0,60	Reliabel
Daya Tanggap (X_3)	0,783	0,60	Reliabel
Jaminan (X_4)	0,798	0,60	Reliabel
Empati (X_5)	0,807	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,702	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Pada tabel diatas, data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwasanya variabel Service Quality yang meliputi Bukti Fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5) dan Kepuasan Pelanggan (Y) nilai koefisien *alpha cronbach's* diatas 0,60 sehingga terbukti reliabel.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan *salah* satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) memiliki data berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang memilki distribusi normal yang artinya data tersebar

merata dan benar – benar mewakili populasi. Uji normalitas residual menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS *output* dari perhitungan tersebut ada pada tabel dibawah ini :

Hipotesis :

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

Taraf signifikansi : $\alpha = 5\%$

Statistik Uji :

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,85514028
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,043
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,549
Asymp. Sig. (2-tailed)		,924

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikan (0,924) > taraf signifikansi (0,05) sehingga H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolonieritas dapat dilihat dengan membandingkan nilai Tolerance dan VIF. Multikolonieritas terjadi apabila nilai tolerance $<0,10$ dan nilai VIF >10 . Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas konservatisme akuntansi dengan ukuran aktual.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	5,436	,889				6,115
Bukti Fisik	,980	,190	1,602	5,161	,000	,077	9,997
Kehandalan	,417	,148	,513	2,813	,007	,223	4,491
1 Daya Tanggap	,602	,228	,736	2,642	,011	,096	8,456
Jaminan	,252	,147	,321	1,714	,042	,211	4,742
Empati	,314	,156	,443	2,010	,049	,153	6,543

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF pada setiap variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance pada setiap variabel bebas lebih besar dari 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas multikolinieritas.

Hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Maka variabel bebas dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dengan Gletsjer Test dalam penelitian ini yaitu meregresikan antara absolut residual dengan masing-masing variabel independen Bukti Fisik (X_1), Keandalan(X_2), Daya Tanggap(X_3), Jaminan(X_4), dan Empati (X_5).

Hipotesis

H_0 : Tidak ada heteroskedastisitas

H_1 : Ada heteroskedastisitas

Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Statistik Uji

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,633	,563		1,124	,266
Bukti fisik	,035	,120	,141	,294	,770
Kehandalan	,006	,094	,017	,060	,953
1 Daya Tanggap	,030	,144	,089	,205	,838
Jaminan	,043	,093	,135	,465	,644
Empati	,115	,099	,396	1,160	,251

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Kesimpulan :

Berdasarkan tabel 4.15 H_0 terjadi heteroskedastisitas, dan H_1 tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati tidak ada heteroskedastisitas.

5. Analisis Linier Berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan pada hasil perhitungan dari model regresi linier berganda, diperoleh hasil persamaan regresi yang dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,436	,889		6,115	,000
1 bukti fisik	,980	,190	1,602	5,161	,000
Kehandalan	,417	,148	,513	2,813	,007
daya tanggap	,602	,228	,736	2,642	,011
Jaminan	,252	,147	,321	1,714	,042
Empati	,314	,156	,443	2,010	,049

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 5,436 + 0,980X_1 + 0,417X_2 + 0,602X_3 + 0,252X_4 + 0,314X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Bukti Fisik

X₂ = Kehandalan

X₃ = Daya Tanggap

X₄ = Jaminan

X₅ = Empati

β = Koefisien Regresi

e = Residual error

Berdasarkan analisa nilai koefisien regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Nilai variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 5,436 dengan catatan variabel independen tetap.
- 2) Pengaruh variabel independen Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,980 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan Bukti Fisik sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan menurun sebesar 0,980 dengan catatan variabel independen lainnya tetap.
- 3) Pengaruh variabel independen Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,417 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Kehandalan sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,417 catatan variabel independen lainnya tetap.

- 4) Pengaruh variabel independen Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,602 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Daya Tanggap sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,602 catatan variabel independen lainnya tetap.
- 5) Pengaruh variabel independen Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,252 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Jaminan sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,252 catatan variabel independen lainnya tetap.
- 6) Pengaruh variabel independen Empati terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,314 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Empati sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,314 catatan variabel independen lainnya tetap.

6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) (Model Summary^b)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,774 ^a	,600	,562	,894

a. Predictors: (Constant), empati, jaminan, kehandalan, daya tanggap, bukti fisik

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda (R-square) adalah 0,600 atau 60%. Nilai ini menunjukkan bahwa 60% Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Sedangkan sisanya (100% - 60%) adalah 40% dikontribusi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan R sebesar 0,774 atau 77% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati terhadap kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia Cabang Sidoarjo memiliki hubungan yang cukup erat.

7. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji F (F test)

Dalam penelitian ini pengujian serentak (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Uji F (ANOVA^b)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	64,589	5	12,918	16,168	,000 ^b
1 Residual	43,145	54	,799		
Total	107,733	59			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), empati, jaminan, kehandalan, daya tanggap, bukti fisik

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Hipotesis :

H₀: variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H₁: variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Taraf signifikansi : $\alpha = 5\%$

Statistik Uji :

Sig (0,000) < taraf signifikansi (5%), sehingga H₀ ditolak

Kesimpulan :

Variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Hasil Uji t (t test)

Dalam penelitian ini pengujian parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji t seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.19
Hasil Perhitungan Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,436	,889		6,115	,000
Bukti fisik	,980	,190	1,602	5,161	,000
Kehandalan	,417	,148	,513	2,813	,007
1 Daya Tanggap	,602	,228	,736	2,642	,011
Jaminan	,252	,147	,321	1,714	,042
Empati	,314	,156	,443	2,010	,049

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data Diolah (November 2018)

Hipotesis :

H₀: Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

H₁: Ada pengaruh secara parsial antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Taraf signifikansi : $\alpha = 5\%$

Kesimpulan :

Dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk variabel Bukti Fisik sebesar $0,000 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 5,161 > t_{tabel} 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk Variabel Kehandalan sebesar $0,007 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 2,813 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk Variabel Daya Tanggap sebesar $0,011 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 2,642 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk variabel Jaminan sebesar $0,092 > \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 1,714 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk variabel Empati sebesar $0,049 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 2,010 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Empati terhadap kepuasan pelanggan.

C. Pembahasan

Penelitian mengenai pengaruh Service quality yang meliputi Bukti Fisik, Kehandalan, daya tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pembahasannya sebagai berikut:

1. Pembahasan Hasil Statistik Deskriptif Variabel

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan jumlah pernyataan seluruhnya adalah 19 pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel Bukti Fisik, 3 pernyataan untuk variabel Kehandalan, 3 pernyataan untuk variabel Daya Tanggap, 3 pernyataan untuk variabel Jaminan, 3 pernyataan untuk variabel Empati dan 3 Kepuasan Pelanggan (Y). Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat dilingkungan tempat penelitian yaitu PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

a. Variabel Bukti Fisik

Berdasarkan analisis deskriptif dan 4 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Bukti Fisik, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia telah memiliki Bukti fisik yang baik bagi pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai rata-rata paling tinggi sebesar 30,5 yang menyatakan bahwa mayoritas responden menyetujui variabel Bukti Fisik PT. Pos Indonesia tinggi, dan nilai paling rendah sebesar 0 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan Bukti Fisik PT. Pos Indonesia dapat bersaing dengan kualitas pelayanan jasa lainnya.

Hasil Berdasarkan Tabel 4.5 maka, persepsi responden terhadap variabel Bukti Fisik dalam kategori baik. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia menurut pelanggan cukup memuaskan dan cenderung bersaing dengan kompetitor lainnya.

b. Variabel Keandalan

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Keandalan, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki Kualitas Pelayanan yang baik di mata Pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai paling tinggi sebesar 31,3 yang menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia memberikan pelayanan yang menarik untuk jasa pengiriman PT. Pos Indonesia, dan nilai rata-rata paling rendah sebesar 0 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan Bukti Fisik PT. Pos Indonesia dapat bersaing dengan kualitas pelayanan jasa lainnya.

Hasilnya Berdasarkan Tabel 4.6 maka, persepsi responden terhadap variabel Keandalan termasuk dalam kategori yang sangat baik. Hal ini berarti pelanggan merasa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia termasuk pelayanan dengan kualitas diatas rata-rata dan pelanggan merasakan keunggulan dari berbagai jasa pengiriman dari PT. Pos Indonesia.

c. Variabel Daya Tanggap

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Daya Tanggap, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki Kualitas Pelayanan yang baik di mata

pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai rata-rata paling tinggi sebesar 58 yang menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia memberikan pelayanan yang menarik untuk jasa pengiriman PT. Pos Indonesia, dan nilai paling rendah sebesar 0 menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia perlu lebih meningkatkan rasa nyaman pada pelayanan PT. Pos Indonesia saat digunakan agar dapat mempertahankan kualitas pelayanannya karena PT. Pos Indonesia sudah cukup disukai dan dipercaya oleh masyarakat.

Hasilnya Berdasarkan Tabel 4.7 maka, persepsi responden terhadap variabel Daya tanggap dalam kategori baik. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia menurut pelanggan cukup memuaskan dan cenderung bersaing dengan kompetitor lainnya.

d. Variabel Jaminan

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Jaminan, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki Kualitas Pelayanan yang baik di mata Pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai rata-rata paling tinggi sebesar 32,3 yang menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia memberikan pelayanan yang menarik untuk jasa pengiriman PT. Pos Indonesia, dan nilai paling rendah sebesar 0 menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia perlu lebih meningkatkan rasa nyaman pada pelayanan PT. Pos Indonesia saat digunakan agar dapat mempertahankan kualitas pelayanannya karena PT. Pos Indonesia sudah cukup disukai dan dipercaya oleh masyarakat.

Hasilnya Berdasarkan Tabel 4.7 maka, persepsi responden terhadap variabel Keandalan termasuk dalam kategori yang sangat baik. Hal ini berarti pelanggan merasa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia termasuk pelayanan dengan kualitas diatas rata-rata dan pelanggan merasakan keunggulan dari berbagai jasa pengiriman dari PT. Pos Indonesia.

e. Variabel Empati

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Keandalan, dapat diambil kesimpulan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki Kualitas Pelayanan yang baik di mata Pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai rata-rata paling tinggi sebesar 31 yang menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia memberikan pelayanan yang menarik untuk jasa pengiriman PT. Pos Indonesia, dan nilai paling rendah sebesar 0 menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia perlu lebih meningkatkan rasa nyaman pada pelayanan PT. Pos Indonesia saat digunakan agar dapat mempertahankan kualitas pelayanannya karena PT. Pos Indonesia sudah cukup disukai dan dipercaya oleh masyarakat.

Hasilnya Berdasarkan Tabel 4.8 maka, persepsi responden terhadap variabel Daya tanggap dalam kategori baik. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia menurut pelanggan cukup memuaskan dan cenderung bersaing dengan kompetitor lainnya.

f. Variabel Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis deskriptif dan 4 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Kepuasan Pelanggan, dapat diambil kesimpulan bahwa Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia, dimana nilai rata-rata paling tinggi sebesar 40,3 menyatakan bahwa mayoritas pelanggan PT. Pos Indonesia puas ketika menggunakan pelayanan PT. Pos Indonesia dan nilai paling rendah sebesar 0 yang menyatakan bahwa pelanggan tidak mendapatkan respon pelayanan yang begitu baik, sehingga perlu diutamakan pelayanan yang baik untuk pelanggan jasa pengiriman paket agar pelanggan merasa puas saat..

Hasilnya Berdasarkan Tabel 4.9 maka, persepsi responden terhadap variabel Keputusan Pembelian masuk dalam kategori baik. Hal ini berarti pelanggan merasakan adanya kepuasan saat menggunakan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia. Pelanggan merasa dengan Kepuasan Pelanggan yang tinggi dapat merasakan Kualitas Pelayanan yang sangat baik.

2. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1). Pengaruh yang signifikan (secara simultan) antara *Service Quality* terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

Berdasarkan Hasil uji F pengaruh secara simultan *Service Quality* meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan

Empati terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia dapat dilihat hasilnya pada tabel 4.18. Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 16,168 > F_{tabel} 2,39$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Untuk itu diperlukan sebuah pengelolaan perusahaan yang baik agar semua tujuan perusahaan dapat tercapai dengan memuaskan, serta kesejahteraan dari karyawan yang bekerja juga ikut terjamin dan mengalami peningkatan dalam kehidupan sehingga akan meningkatkan nilai efektifitas yang tinggi dalam pengiriman jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Muh Yunus Bandu (2013) penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) Rayon Makasar Barat” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas Bukti Fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2). Pengaruh parsial dari *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

- 1) Pengaruh Bukti Fisik (*Tangibles*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo

Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana, dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik/gedung kantor, dan penampilan karyawan, Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2001:148).

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia dinilai memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada deskripsi variabel Bukti Fisik yang menunjukkan 50,8% responden merasa puas dengan pelayanan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bukti Fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan untuk variabel Bukti Fisik sebesar $0,000 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 5,161 > t_{tabel} 1,673$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan Bukti Fisik terhadap kepuasan

pelanggan. Bahwa semakin tinggi Bukti Fisik terhadap Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Guspul (2014) yang menyatakan bahwa bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo .

- 2) Pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi, Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2001:148)

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia dinilai memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada deskripsi variabel Keandalan yang menunjukkan 42,2% responden merasa puas dengan pelayanan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keandalan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan untuk variabel

Kehandalan adalah sebesar $0,007 > \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 2,813 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.. Bahwa semakin tinggi variabel Kehandalan terhadap Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Ratnasari (2015) yang menyatakan bahwa kehandalan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung lawang sewu. Hal ini dikarenakan kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melakukan transaksi, keakuratan, dalam memberikan informasi kepada pengunjung, dan kemudahan prosedur pelayanan pada variabel kurang begitu menjadi tujuan utama pengunjung dalam menilai kepuasan, karena pengunjung lebih mementingkan variabel lain (seperti bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati) dalam menilai kepuasan pelanggan.

- 3) Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

Daya Tanggap yaitu kemampuan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan disertai penyampaian jasa yang jelas. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya selalu cepat tanggap pada keluhan pelanggan yang timbul karena janji yang tidak terpenuhi namun juga cepat tanggap menangkap

perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi peralatan, dan perilaku pelanggan, Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2001:148).

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia dinilai memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada deskripsi variabel Keandalan yang menunjukkan 50% responden merasa puas dengan pelayanan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan untuk Variabel Daya Tanggap sebesar $0,011 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 2,642 > t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa semakin tinggi variabel Daya Tanggap terhadap kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Anugrah (2011) yang menyatakan bahwa secara parsial Daya Tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada koperasi simpan pinjam Milan di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Dikarenakan pada variabel Daya Tanggap untuk penelitian peneliti menunjukkan bahwa respon memiliki hubungan namun tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa Daya

Tanggap dibutuhkan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, tetapi hal tersebut tidak harus diberikan.

4) Pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo

Jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan, Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2001:148)

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia dinilai memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada deskripsi variabel Keandalan yang menunjukkan 53,8% responden merasa puas dengan pelayanan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Jaminan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan untuk variabel Jaminan sebesar $0,042 < \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai $t_{hitung} 1,714 < t_{tabel} 1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan Jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa semakin tinggi variabel Jaminan terhadap Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anugrah (2011) yang menyatakan bahwa variabel jaminan tidak

berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada koperasi simpan pinjam Milan di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Dan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Dewi (2014) yang menemukan bahwa variabel jaminan adalah variabel paling dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

- 5) Pengaruh Empati (*Emphaty*) terhadap pelanggan pengguna jasa paket pada PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo

Perhatian yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan, Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2001:148).

Berdasarkan hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pos Indonesia dinilai memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada deskripsi variabel Keandalan yang menunjukkan 51,6% responden merasa puas dengan pelayanan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan untuk variabel

Empati sebesar $0,049 > \alpha = 0,050$ (level of signifikan) dan nilai t_{hitung} $2,010 < t_{tabel}$ $1,673$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan Empati terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa semakin tinggi variabel Empati terhadap Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Anugrah (2011) yang menyatakan bahwa variabel empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada koperasi simpan pinjam Milan di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi.

Dapat disimpulkan bahwa dari hasil perhitungan uji F jumlah keseluruhan variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.

Dan berdasarkan hasil uji T jumlah keseluruhan variabel bebas *Service Quality* yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Sidoarjo.