

PENGARUH *LOGISTIC SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA KURIR DI KANTOR POS PALEMBANG

Oleh:

Nourma wulanda

ABSTRACT

This study aims to determine (1) How the impact of timeliness to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, (2) How the impact of accuracy of order to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, (3) How the impact of quality of information to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, and (4) How the impact of quality of contact personnel to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang. The study design used is eksplanatory. The samples used were 100 respondens. To measure the influence between variables, used multiple linear regression and to test the hypotheses used to test the hypothesis F and t.

Results of the study are: (1) Timeliness have a positive and significant effect to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, (2) Accuracy of order have a positive and significant effect to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, (3) Quality of information have a positive and significant effect to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang, and (4) Quality of contact personnel have a positive and significant effect to cunsomer satisfaction at Post Office Palembang.

Keywords : *Timeliness, Accuracy of Order, Quality of Information, Quality of Contact Personnel, Cunsomer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana pengaruh *timelines* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang, (2) Bagaimana pengaruh *accuracy of order* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang, (3) Bagaimana pengaruh *quallity of information* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang, dan (4) Bagaimana pengaruh *quallity of of contact* personnel terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang. Desain penelitian yang digunakan adalah eksplanatori. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Untuk mengukur pengaruh antar variabel, digunakan *multiple linier regression* dan untuk uji hipotesis digunakan uji hipotesis F dan t.

Hasil penelitian adalah: (1) *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang, (2) *Accuracy of*

Order berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang, (3) *Quality of Information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang, dan (4) *Quality of Contact Personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Kata Kunci : *Timeliness, Accuracy of Order, Quality of Information, Quality of Contact Personnel, Kepuasan Konsumen.*

PENDAHULUAN

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang pos. Sebelumnya, PT. Pos Indonesia memonopoli industri pos di Indonesia. Namun setelah disahkannya Undang-undang No. 38 tahun 2009 memberikan kesempatan kepada swasta untuk melakukan kegiatan pos di Indonesia, sehingga banyak pesaing bermunculan seperti JNE, TIKI, JnT, DHL dan lain-lain. Hal tersebut menyebabkan persaingan antar penyelenggara pos di Indonesia semakin tinggi. Bagi konsumen, situasi ini malah menguntungkan karena semakin

banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk itu PT. Pos Indonesia harus berupaya menciptakan kepuasan konsumen yang lebih daripada pesaing karena kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam memenangkan persaingan.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya PT Pos Indonesia memiliki beberapa lini produk yang akan di tawarkan kepada konsumen, salah satunya adalah lini produk jasa kurir. Produk jasa kurir PT. Pos Indonesia diuraikan pada tabel

Tabel 1. Produk PT.Pos Indonesia

Himpunan Produk	Kategori	Lini Produk
Suratpos dan Paketpos Domestik	Prioritas	Pos
		Express
	Standar	Pos Kilat
		Khusus
Suratpos dan Paketpos Internasional	Prioritas	Pos Kilat
		Pos Biasa
	Standar	Express
		Mail Service
Standar	Pos Cepat Internasional	
	Pos Biasa Internasional	

Sumber : Program Manajemen Trainee 2015

Dalam setiap lini produk terdapat item produk atau sebutan lainnya nama produk atau brand produk, seperti diuraikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nama atau Brand Produk PT. Pos Indonesia

Lini Produk	Item Produk	Item Produk	Item Produk
Pos	Pos	Pos	
Express	Express	Express	
	Sameday	Day Delivery	
	Next	Next	

Pos Kilat Khusus	Suratpos Kilat Khusus	Paketpos Kilat Khusus	
Pos Kilat	Suratpos Kilat	Paketpos Kilat	
Pos Biasa	Suratpos Biasa	Paketpos Biasa	Pos Biasa
Express Mail Service (EMS)	EMS Reguler	EMS Priority	Pos Jumbo EMS Jumbo
Pos Cepat Internasional	Suratpos Cepat Internasional	Paketpos Cepat Internasional	
Pos Biasa Internasional	Suratpos Biasa Internasional	Paketpos Biasa Internasional	Pos Kiriman Tercatat Internasional

Sumber : Program Manajemen Trainee 2015

Dalam pelaksanaan operasional PT.Pos Indonesia masih terdapat komplain dari konsumen. Pada Tabel 3. menunjukkan jumlah dan jenis penyebab komplain yang diterima Kantor Pos Palembang dari tahun 2015 sampai tahun 2017.

**Tabel 3. Jumlah Komplain Kantor
Pos Palembang**

No.	Penyebab Komplain	Tahun		
		2015	2016	2017
1.	Keterlambatan	5.105	4.679	1.819
2.	Kehilangan	86	62	32
3.	Kiriman tidak utuh	82	90	53
4.	Salah serah Permintaan	24	165	13
5.	data / Berita Acara	511	992	1.810
6.	Salah Update Status	1.223	87	0
7.	Pengembalian / Retur	235	451	218
8.	Salah salur	352	289	78
9.	Salah tempel resi	86	68	15
Jumlah		7.704	6.883	4.038

Sumber : Program Manajemen Trainee 2015

Komplain adalah hal yang tidak dapat dianggap remeh karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya perusahaan akan ditinggalkan. Komplain dari konsumen tidak harus dilihat sebagai hal yang negatif tetapi sebagai masukan dan menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan, sehingga dimasa selanjutnya tidak ada lagi

konsumen yang mengeluhkan hal serupa.

Pentingnya kualitas layanan logistik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Logistics service quality adalah pengembangan dari service quality untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam bidang logistik. *Logistic Service Quality* adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen serta mengoptimalkan pengelolaan jaringan barang dan jasa agar dapat sampai ke tangan konsumen secara tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen/harapan konsumen terpenuhi.

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini

dilakukan oleh Moss (1999) mengidentifikasi kepuasan pelanggan yang meningkat secara signifikan sebagai manfaat kunci dari *logistics service quality*. Kualitas dalam aktivitas distribusi fisik pemasok memiliki pengaruh paling besar dalam kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Denny (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *logistics service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT.Tiki Jalur Nugraha Esa Kurir. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Jessica (2012) yang menunjukkan bahwa *timeliness*, *accuracy of order* dan *quality of information* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Malayasia. Japariato (2017) yang menunjukkan bahwa yang menunjukkan bahwa *logistics service*

quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ekspedisi laut di Surabaya.

Namun terdapat perbedaan (gap) dari hasil penelitian yang berkaitan dengan teori *logistics service quality*. Seperti penelitian yang dilakukan Bianda (2012) menunjukkan bahwa dimensi *timelines* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Jessica (2012) yang menunjukkan bahwa *quality of contact personnel* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Malayasia.

Berdasarkan riset gap dan penjabaran tentang fenomena Kantor Pos Palembang, maka tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh *timelines* terhadap kepuasan konsumen jasa

kurir di Kantor Pos Palembang, (2) untuk mengetahui pengaruh *accuracy of order* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang, (3) untuk mengetahui pengaruh *quallity of information* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang, dan (4) untuk mengetahui pengaruh *quallity of of contact personnel* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:342), kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi

konsumen. Menurut Kotler (2014:419), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut Kotler (2012:323), ada 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berfokus pada konsumen, mempermudah konsumen untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus dan lain-lain.

2. Survei kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen di

lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi.

3. *Ghost Shopper*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang menjadi *ghost shopper* untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para konsumennya yang sudah berhenti menjadi konsumen atau beralih ke perusahaan lain.

Kualitas Pelayanan Logistik

(Logistic Service Quality)

Berdasarkan teori Logistic dan teori SERVQUAL yang didapatkan, maka dapat disimpulkan

bahwa yang dimaksud *logistic service quality* adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen serta mengoptimalkan pengelolaan jaringan barang dan jasa agar dapat sampai ke tangan konsumen secara tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen / harapan konsumen terpenuhi.

Menurut Ho, et al (2012) pengukuran dari *logistic service quality* terbagi dalam 4 dimensi yaitu:

1. *Timeliness*

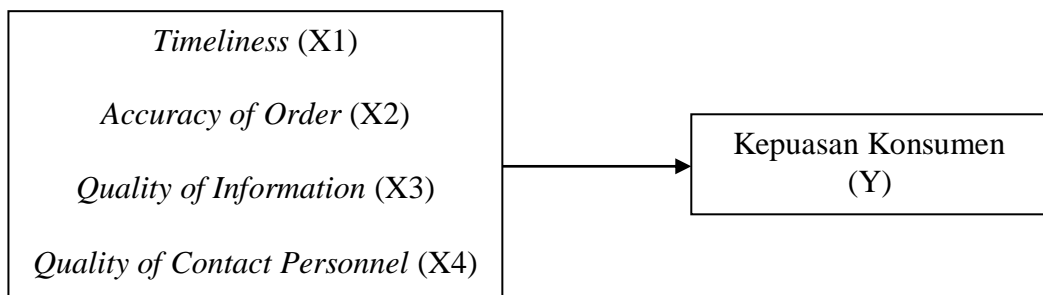
Membahas tentang apakah pesanan tiba di lokasi pelanggan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. *Timeliness* juga mengacu pada waktu yang dibutuhkan antara penempatan

pesanan dan penerimaan oleh pelanggan.

2. *Accuracy of Order*

Mengacu pada seberapa dekat pengiriman sesuai dengan pesanan pelanggan. Ini termasuk ketepatan jenis barang dalam pesanan serta ketepatan jumlah barang.

perusahaan. Secara spesifik, pelanggan melihat tentang apakah staff layanan pelanggan berpengetahuan, bersimpati terhadap situasi pelanggan, dan membantu pelanggan menyelesaikan masalah pelanggan.



3. *Quality of Information*

Mengacu pada persepsi pelanggan terhadap informasi yang disediakan oleh perusahaan mengenai produk yang dapat dipilih oleh pelanggan.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Konseptual

4. *Quality of Contact Personnel*

Mengacu pada orientasi pelanggan terhadap contact people dari bagian logistik

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah eksplanatori. Untuk mempermudah analisis dan pembahasan agar tidak

meyimpang, maka ruang lingkup penelitian ini terbatas pada pengaruh *logistic service quality* terhadap kepuasan konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen jasa kurir di Kantor Pos Palembang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen jasa kurir Kantor Pos Palembang.

Uji validitas yang digunakan adalah *Corrected Item-Total*

Correlation. Uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Uji normalitas yang digunakan adalah dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *Normal P-P Plot*. Uji multikoleniaritas dengan melihat nilai *Inflation Factor (VIF)*

pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada gambar *Scatterplot* Model analisa kuantitatif yang digunakan adalah regresi linear berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Nilai konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien

regresi

X_1 = *Timeliness*

X_2 = *Accuracy of Order*

X_3 = *Quality of Information*

$X_4 = \text{Quality of Contact}$

Personnel

$e = \text{Error Term}$

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pengujian distribusi frekuensi data dengan menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh hasil distribusi frekuensi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, produk yang digunakan, dan jasa kurir perbulan, serta hasil jawaban responden pada variabel-variabel yang digunakan, sebagai berikut:

Tabel 4.
Karakteristik Responden

N o.	Karakteristi k	Juml ah	Persent ase
A. Jenis Kelamin			
	1. Laki-laki	62	62,0%
	2. Perempuan	38	38,0%
B. Umur Nasabah			
	1. 17 – 20	4	4,0%

	Tahun	22	22,0%
	2. 21 – 30 Tahun	40	40,0%
	3. 31 – 40 Tahun	28	28,0%
	4. 41 – 50 Tahun	8	8,0%
	5. ≥ 51 Tahun		
C. Pendidikan Terakhir			
	1. SD	12	12,0%
	2. SMP	26	26,0%
	3. SMA	34	34,0%
	4. Diploma	18	18,0%
	5. S1/S2/S3	10	10,0%
D. Pekerjaan Nasabah			
	1. Pelajar/Mahasiswa	14	14,0%
	2. PNS/TNI/POLRI	26	26,0%
	3. Pegawai Swasta	32	32,0%
	4. Wiraswasta	20	20,0%
	5. Ibu Rumah Tangga	8	8,0%
E. Produk yang Digunakan			
	1. Pos Internasional	18	18,0%
	2. Pos Express	34	34,0%
	3. Paket Kilat Khusus	30	30,0%
	4. Paket Pos Biasa	18	18,0%
F. Jasa Kurir Perbulan			
	1. 2 Kali	22	22,0%
	2. 3 Kali	50	50,0%
	3. > 3 kali	28	28,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel .4., terlihat bahwa responden pada penelitian ini mayoritas adalah laki-laki, yaitu sebanyak 62 orang (62,0%). Mayoritas responden berumur antara 31 – 40 tahun, yaitu sebanyak 40 orang (40,0%), hanya sebagian kecil, yaitu sebanyak 4 orang (4,0%) yang memiliki usia antara 17 – 20 Tahun. Mayoritas memiliki tingkat pendidikan SMA, yaitu sebanyak 34 orang (34,0%), sedangkan yang berpendidikan perguruan tinggi hanya sebanyak 10 orang (10,0%). Pekerjaan responden rata-rata adalah pegawai swasta sebanyak 32 orang (32,0%), sedangkan Ibu rumah tangga hanya sebanyak 8 orang (8,0%). Jenis jasa yang umumnya digunakan adalah Pos Express, yaitu sebanyak 34 orang (34,0%), sedangkan jasa Pos Internasional dan Paket Pos Biasa

hanya digunakan oleh masing-masing sebanyak 18 orang (18,0%), sementara itu responden menggunakan jasa kurir perbulan rata-rata 3 kali dalam sebulan, yaitu sebanyak 50 orang (50,%).

Frekuensi jawaban kuesioner variabel Kualitas Pelayanan (Y), yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.
Frekuensi Jawaban Kuesioner
pada
Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

No	Pernyataan	S	S	K	T	S	Jml Indeks	Rata-rata
A	<i>Time lines (X₁)</i>							
1	X1.1	39	55	4	2	-	100	4,31
2	X1.2	42	55	2	1	-	100	4,38
3	X1.3	40	57	3	-	-	100	4,37
	Rata-rata							4,35
B	<i>Accuracy of Order (X₂)</i>							
4	X2.1	24	68	8	-	-	100	4,16

5	X2.2	4	4	2	-	-	10	4,
.		9	9				0	47
6	X2.3	2	6	8	-	-	10	4,
.		5	7				0	17
Rata-rata								4,
								27
C	<i>Quality of Information (X₃)</i>							
7	X3.1	2	5	2	2		10	3,
.		4	0	4			0	96
8	X3.2	3	6	5	-	-	10	4,
.		3	2				0	28
9	X3.3	3	6	3	-	-	10	4,
.		6	1				0	33
Rata-rata								4,
								19
D	<i>Quality of Contact Personnel (X₄)</i>							
1	X4.1	3	6	4	3	-	10	4,
0		3	0				0	23
1	X4.2	2	6	1	-	-	10	4,
1		4	6	0			0	14
1	X4.3	4	4	1	1	-	10	4,
2		3	4	2			0	29
Rata-rata								4,
								22

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Besaran nilai interval yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.6.
Nilai Interval

Interval	Keterangan	
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Puas (STP)

1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)	Tidak Puas (TP)
2,61 – 3,40	Kurang Setuju (KS)	Kurang Puas (KP)
3,41 – 4,20	Setuju (S)	Puas (S)
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)	Sangat Puas (SP)

Sumber: Sugiyono (2011:172)

Pada Tabel IV.5., dapat dilihat rata-rata nilai indeks variabel *Timeliness* (X₁) adalah sebesar 4,35 termasuk dalam kategori Sangat Setuju, masing-masing item nilainya masuk dalam kategori Sangat Setuju, yaitu X_{1.1} sebesar 4,31; X_{1.2} sebesar 4,38; dan X_{1.3} sebesar 4,37; berarti secara umum responden sangat setuju dengan pelayanan *Timeliness* yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang.

Rata-rata nilai indeks variabel *Accuracy of Order* (X₂) sebesar 4,27 termasuk dalam kategori Sangat Setuju, ada satu item masuk dalam kategori Sangat Setuju, yaitu X_{2.2} sebesar 4,47; dan dua item masuk kategori Setuju, yaitu item X_{2.1}

sebesar 4,16; dan X_{2.3} sebesar 4,17; berarti secara umum responden sangat setuju dengan pelayanan *Accuracy of Order* yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang.

Rata-rata nilai indeks untuk variabel *Quality of Information* (X₃) adalah sebesar 4,19 termasuk dalam kategori Setuju, berarti secara umum responden setuju dengan pelayanan *Quality of Information* yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang. Namun ada satu item yaitu X_{2.1}, yang nilai indeksnya hanya sebesar 3,96 termasuk dalam kategori Setuju, hal ini menjelaskan bahwa ada sebagian responden yang menganggap bahwa Kantor Pos Palembang belum benar-benar menerapkan pelayanan *track and trace*. Untuk mengatasi masalah ini, sebaiknya Kantor Pos Palembang mensosialisasikan layanan *track and*

trace yang dimilikinya kepada nasabah, sekaligus menempatkan petugas yang benar-benar menguasai tentang layanan *track and trace*.

Rata-rata nilai indeks variabel *Quality of Contact Personnel* (X₄) sebesar 4,22 termasuk dalam kategori Sangat Setuju, ada satu item yang masuk dalam kategori Setuju, yaitu X_{4.2} sebesar 4,14; dan dua item masuk kategori Sangat Setuju, yaitu item X_{4.1} sebesar 4,23; dan X_{3.3} sebesar 4,29; berarti secara umum responden sangat setuju dengan pelayanan *Quality of Contact Personnel* yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang.

Berdasarkan perhitungan frekuensi data dengan menggunakan bantuan program *SPSS for Windows version 20.00*, diperoleh frekuensi hasil jawaban responden pada

variabel Kepuasan Konsumen (Y), adalah sebagai berikut:

Tabel 7.
Frekuensi Hasil Jawaban
Kuesioner
pada Variabel Kepuasan
Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	S	P	K	T	ST	Jml Indeks	Rata-rata
1.	Y.1	31	56	10	3	-	100	4,15
2.	Y.2	18	58	15	9	-	100	3,85
3.	Y.3	34	47	15	4	-	100	4,11
4.	Y.4	24	72	4	-	-	100	4,20
Rata-rata								4,08

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Rata-rata nilai indeks variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 4,08 termasuk kategori Setuju, ada tiga item yang nilainya di atas 4,00; yaitu Y.1 sebesar 4,15; Y.3 sebesar 4,11; dan Y.4 sebesar 4,20; berarti secara umum responden puas dengan pelayanan yang diberikan Kantor Pos Palembang. Ada satu item; yaitu

pada item Y.2 sebesar $3,85 > 4,00$.

Untuk mengatasi masalah ini, Kantor Pos Palembang harus benar-benar memberikan garansi atas keamanan paket kiriman dari nasabah, jangan sampai rusak, apalagi hilang, karena hal itu dapat mengecewakan nasabah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel *Timeliness, Accuracy of Order, Quality of Information, Quality of Contact Personnel* terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan dengan *SPSS for Windows version 20.00*, diperoleh hasil uji regresi berganda:

Tabel 8.
Hasil Pengujian Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.580	1.179		2.488	.045
Timeliness (X1)	.608	.228	.478	4.767	.000
A. of Order (X2)	.348	.148	.172	2.999	.013
Q. of Infor. (X3)	.419	.133	.271	3.406	.000
Q. of C. Person (X4)	.308	.132	.156	2.576	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Kons. (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Berdasarkan perhitungan seperti pada Tabel 8. dapat dibentuk suatu persamaan regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

$$Y = 2,580 + 0,308.X_1 + 0,348.X_2 + 0,419.X_3 + 0,608.X_4 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda yang sudah terbentuk seperti tersebut

di atas, maka dapat diinterpretasikan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi variabel *Timeliness* (X₁) sebesar 0,608. Hal ini berarti bahwa variabel *Timeliness* (X₁) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,608 (60,8%).
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Accuracy of Order* (X₂) sebesar 0,348. Hal ini berarti bahwa variabel *Accuracy of Order* (X₂) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,348 (34,8%).
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Quality of Information* (X₃) sebesar 0,419. Hal ini berarti bahwa variabel *Quality of Information* (X₃) mempengaruhi

variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,419 (41,9%).

- d. Nilai koefisien regresi variabel *Quality of Contact Personnel* (X_4) sebesar 0,608. Hal ini berarti bahwa variabel *Quality of Contact Personnel* (X_4) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,308 (30,8%).

e. **Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil perhitungan dengan *SPSS for Windows version 20.00*, diperoleh hasil uji koefisien determinasi, sebagai berikut:

Tabel 9.
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.680 _a	.463	.440	1.820435	1.652

a. Predictors: (Constant), Q. of C. Person (X_4), Q. of Infor. (X_3), Timeliness (X_1), A. of Order (X_2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.680 _a	.463	.440	1.820435	1.652

a. Predictors: (Constant), Q. of C. Person (X_4), Q. of Infor. (X_3), Timeliness (X_1), A. of Order (X_2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Kons. (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 9., diperoleh nilai *R-Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,463 (46,3%), berarti bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh *timeliness*, *accuracy of order*, *quality of information*, dan *quality of contact personnel* sebesar 46,3%; sedangkan sisanya sebesar 53,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini, seperti harga, iklan, lokasi dan faktor-faktor lainnya..

Hasil Pengujian Hipotesis F (Anova)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan

bantuan program *SPSS for Windows version 20.00*, diperoleh nilai F-hitung, sebagai berikut:

Tabel 10.
Hasil Uji Hipotesis F (Anova)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	270.954	4	67.738	20.440	.000 ^a
Residual	314.828	95	3.314		
Total	585.782	99			

a. Predictors: (Constant), Q. of C. Person (X4), Q. of Infor. (X3), Timeliness (X1), A. of Order (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Kons. (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada Tabel 10, diperoleh nilai F-hitung sebesar 20,440 dan tingkat signifikansi (Sig F) sebesar 0,000. Sedangkan untuk menentukan F-tabel, dengan alpha (α) = 5% (0,05) dan $df = (n - k - 1) = (100 - 4 - 1) = 95$ dan $k = 4$, maka F-tabel (5%; 95;4) sebesar 2,470.

Sehingga nilai F-hitung (20,440) > F-tabel (2,470) atau nilai

Sig F (0,000) < α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 0 (Ho) ditolak dan Hipotesis alternative (Ha) diterima, berarti *timeliness, accuracy of order, quality of information*, dan *quality of contact personnel* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Hasil Pengujian Hipotesis t (Uji Parsial)

Nilai t-tabel, dengan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05), dan derajat kebebasan, $df = (n-2) = (100-2) = 98$. Sehingga nilai t-tabel (5%;98) adalah sebesar 1,985. Sedangkan nilai t-hitung variabel *Timeliness* (X₁) sebesar 2,576 dan signifikansi (Sig t) sebesar 0,022; berarti bahwa t-hitung (2,576) > t-tabel (1,985) atau Sig t (0,022) < α (0,05); maka Hipotesis 0 (Ho)

ditolak dan Hipotesis alternative (Ha) diterima, berarti *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Nilai t-hitung variabel *Accuracy of Order* (X_2) adalah sebesar 2,999 dan signifikansi (Sig t) sebesar 0,013; berarti bahwa t-hitung (2,999) > t-tabel (1,985) atau Sig t (0,013) < α (0,05); maka Hipotesis 0 (Ho) ditolak dan Hipotesis alternative (Ha) diterima, artinya *Accuracy of Order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Nilai t-hitung variabel *Quality of Information* (X_3) sebesar 3,406 dan signifikansi (Sig t) sebesar 0,000; berarti bahwa t-hitung (3,406) < t-tabel (1,985) atau Sig t (0,000) > α (0,05); maka Hipotesis 0 (Ho)

diterima dan Hipotesis alternative (Ha) diterima, sehingga *Quality of Information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Nilai t-hitung variabel *Quality of Contact Personnel* (X_4) sebesar 4,767 dan signifikansi (Sig t) sebesar 0,000; berarti bahwa t-hitung (4,767) > t-tabel (1,985) atau Sig t (0,000) > α (0,05); maka Hipotesis 0 (Ho) ditolak dan Hipotesis alternative (Ha) diterima, artinya *Quality of Contact Personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel *Timeliness* terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi variabel *Timeliness* (X_1) sebesar 0,608. Hal ini berarti bahwa variabel *Timeliness* (X_1) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,608 (60,8%).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Denny (2014), yang mendapatkan hasil bahwa dimensi *timelines* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Edwin (2017), yang mendapatkan hasil bahwa *timelines* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Didukung pula

dengan penelitian yang dilakukan oleh Jessica (2012), juga mendapatkan hasil bahwa bahwa *timelines* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bianda (2012) justru mendapatkan hasil bahwa dimensi *timelines* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan..

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, membuktikan bahwa masih sering terjadi keterlambatan pengiriman paket kepada konsumen oleh Kantor Pos Palembang, terutama pada Paket Pos Biasa, namun pada Paket Kilat Khusus dan Paket Express pun sering terjadi keterlambatan. Keterlambatan ini umumnya disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor SDM dan faktor *traffic* di jalan (kemacetan).

Pada faktor SDM, ternyata masih banyak pegawai-pegawai baru yang belum benar-benar menguasai pekerjaannya, terutama pada saat men-*sortir* dan mem-*packing* paket yang akan dikirim, jika dibandingkan dengan pegawai-pegawai yang berpengalaman, memang terlihat berbeda, pegawai yang sudah berpengalaman dengan begitu cepatnya mereka men-*sortir* dan mem-*packing* paket-paket yang akan dikirim, sedangkan pegawai-pegawai baru, masih harus membaca dulu alamat yang dituju, jika alamat yang dituju kurang jelas, pegawai baru tersebut bertanya terlebih dahulu kepada pegawai yang sudah berpengalaman, sehingga menghambat waktu penyelesaian *sortir* dan *packing* paket-paket tersebut.

Untuk mengatasi hal ini, sebaiknya Kepala Kantor Pos Palembang, pada saat merekrut dan menempatkan pegawai, harus mencari pegawai yang memiliki kecekatan dalam bekerja dan yang memiliki ketelitian tinggi, dengan kata lain merekrut dan menempatkan pegawai pada bagian *sortir* dan *packing*, yang memiliki kecekatan dan ketepatan yang tinggi, dengan begitu diharapkan hasil *sortir-an* paket lebih cepat selesai namun juga tepat, sehingga cepat pula di *packing* dan cepat pula dikirimkan.

Faktor kedua yang menjadi penyebab sering terlambatnya pengiriman paket yang dilakukan oleh Kantor Pos Palembang adalah faktor kemacetan. Faktor kemacetan di jalan, hal itu sebenarnya diluar batas kemampuan Kantor Pos Palembang, namun hal ini

sebenarnya dapat di atasi, caranya adalah pegawai bagian *driver* dan ekspedisi, harus mengetahui jam-jam kapan saja dan jalan-jalan mana saja yang sering terjadi kemacetan, dengan begitu, *driver* dapat menyesuaikan waktu pengiriman paket pada saat jam-jam yang tidak macet, serta mensiasati jalan-jalan mana saja yang bisa dijadikan jalan alternatif untuk menghindari kemacetan, sehingga diharapkan pengiriman paket akan cepat sampai sesuai waktu yang dijanjikan.

Jika hal ini dilakukan, diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, jika tidak, maka akan dapat mengecewakan konsumen, yang pada akhirnya konsumen akan pindah ke perusahaan jasa pengiriman yang lain, di mana seperti dimaklumi bahwa banyak sekali bermunculan

perusahaan-perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pengiriman paket, seperti JNE, Tiki, J&T Express, dan masih banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu, masalah *Timeliness* ini harus benar-benar menjadi perhatian Kepala Kantor Pos Palembang, jika tidak ingin konsumennya berpindah ke jasa pengiriman paket yang lain.

Pengaruh Variabel *Accuracy of Order* terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi variabel *Accuracy of Order* (X_2) sebesar 0,348. Hal ini berarti bahwa variabel *Accuracy of Order* (X_2) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,348 (34,8%).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Denny (2014), yang mendapatkan hasil bahwa dimensi *accuracy of order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Edwin (2017), yang mendapatkan hasil bahwa *accuracy of order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jessica (2012), juga mendapatkan hasil bahwa bahwa *accuracy of order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bianda (2014) yang mendapatkan hasil bahwa *accuracy of order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, membuktikan bahwa masih ada paket yang rusak bahkan hilang, dan tidak jarang terjadi kesalahan pengiriman ke alamat tujuan. Sebenarnya beberapa tahun yang lalu, di Kantor Pos Palembang pernah terjadi kecurangan yang dilakukan oleh pegawai bagian sortir, di mana pegawai tersebut mencuri isi paket yang dianggapnya berharga, terutama uang, namun kasus itu sudah berlangsung lama, dan pegawainya sudah dipecat, namun kejadian itu terulang lagi, ada pegawai yang mencuri isi paket atau tidak memperlakukan paket secara baik, sehingga isi paket menjadi rusak, karena paket dilempar begitu saja atau ditumpuk dengan barang lain.

Untuk mengatasi masalah ini, Kepala Kantor Pos Palembang harus

tegas, dengan cara menerapkan sistem *punishment* (hukuman/sanksi), jadi Kepala Kantor Pos Palembang harus memberikan hukuman berupa pemecatan secara tidak hormat (pemutusan hubungan kerja), bagi pegawai yang melakukan pencurian isi paket, bahkan jika perlu mengadukannya ke Polisi. Dengan begitu diharapkan ini dapat menjadi contoh bagi pegawai lain yang mau mencoba-coba melakukan kecurangan tersebut.

Sedangkan bagi pegawai yang sering ceroboh dalam memperlakukan paket, Kepala Kantor Pos Palembang juga harus menindak tegas, dengan cara mengeluarkan Surat Peringatan (SP), jika masih juga ceroboh, Kepala Kantor Pos Palembang mengeluarkan SP yang kedua, ternyata masih juga ceroboh, maka

keluarkan SP ke tiga, jika sudah dikeluarkan SP sampai tiga kali masih juga membangkang, maka Kepala Kantor Pos Palembang harus melakukan tindakan terakhir, misalnya dimutasi atau bahkan dilakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), hal ini juga diharapkan agar dapat menjadi *shock therapy* bagi pegawai yang lain, sehingga mereka lebih menghargai paket yang dipercayakan oleh konsumen kepada Kantor Pos Palembang.

Sementara itu untuk mengatasi sering terjadinya kesalahan pengiriman paket ke alamat tujuan, langkah yang dapat ditempuh adalah dengan menekankan kepada pegawai bagian *front linier* untuk meminta kepada konsumen agar menuliskan alamat yang selengkap-lengkapnyanya, berikut menambahkan Kode Pos dan Nomor HP orang yang dituju,

sehingga jika alamat yang dituju tidak ketemu, maka pegawai ekspedisi dapat menghubungi orang yang dituju.

Tindakan-tindakan seperti tersebut di atas, tidak lain tidak bukan tujuannya adalah untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan logistik yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang, terutama pada dimensi *accuracy of order*.

Pengaruh Variabel *Quality of Information* terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi variabel *Quality of Information* (X_3) sebesar 0,419. Hal ini berarti bahwa variabel *Quality of Information* (X_3)

mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,419 (41,9%).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Denny (2014), yang mendapatkan hasil bahwa dimensi *quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Edwin (2017), yang mendapatkan hasil bahwa *quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jessica (2012), juga mendapatkan hasil bahwa bahwa *quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Begitu pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bianda (2014) yang

mendapatkan hasil bahwa *quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan gambaran bahwa kualitas informasi yang diberikan oleh Kantor Pos Palembang kepada konsumennya sehubungan dengan pengiriman paket, cukup baik. Jika konsumen ingin mengkonfirmasi sudah sampai dimana pengiriman paketnya atau kapan paketnya sampai, informasi yang diberikan cukup akurat. Oleh karena itu, sebaiknya Kantor Pos Palembang tetap mempertahankan kualitas informasi yang diberikannya kepada konsumen, bahkan jika perlu ditingkatkan lagi, misalnya dengan memberikan informasi kepada konsumen bahwa paket yang ia kirim

sudah sampai. Sehingga konsumen mendapatkan persepsi yang baik terhadap jasa pengiriman paket oleh Kantor Pos Palembang.

Jika mengikuti era digital saat ini, bisa saja Kantor Pos Palembang memasang aplikasi GPS untuk paket yang dikirimkannya, sehingga konsumen dapat mengecek dengan GPS keberadaan paketnya. Jika hal ini dilakukan oleh Kantor Pos Palembang, tentulah hal ini akan memberikan nilai lebih di mata konsumen, hal ini akan memberikan persepsi positif di benak konsumen, sehingga jika konsumen ingin mengirimkan paketnya, maka ia akan melakukan pembelian ulang ke Kantor Pos Palembang.

Pengaruh Variabel *Quality of Contact Personnel* terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi variabel *Quality of Contact Personnel* (X_4) sebesar 0,608. Hal ini berarti bahwa variabel *Quality of Contact Personnel* (X_4) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,308 (30,8%).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Denny (2014), yang mendapatkan hasil bahwa dimensi *quality of contact personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Edwin (2017), yang mendapatkan hasil bahwa *quality of*

contact personnel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bianda (2014) yang mendapatkan hasil bahwa *quality of contact personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jessica (2012) justru mendapatkan hasil bahwa *quality of contact personnel* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepedulian terhadap konsumen merupakan point yang sangat penting dalam dunia Pemasaran, keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya sangat tergantung dengan konsumennya, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar peduli

dengan konsumen-konsumennya. Selain dituntut kepedulian pegawai terhadap konsumen-konsumennya, pegawai juga dituntut harus memiliki pengetahuan yang luas terhadap jasa pengiriman yang diberikannya. Salah satu upaya untuk menghadapi tingkat persaingan adalah dengan mengedepankan *quality of contact personnel*. Perusahaan-perusahaan jasa saat ini, sudah banyak mengadopsi *quality of contact personnel*, perusahaan-perusahaan tersebut berharap agar konsumennya merasa dekat dengan perusahaan, dan menanamkan persepsi baik kepada konsumen, dan pada titik akhirnya diharapkan agar konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.

Kantor Pos Palembang, dalam menjalankan usaha jasa pengiriman paket, juga sudah menerapkan *quality of contact*

personnel, dan juga berharap agar konsumennya loyal. Namun pada kenyataannya, masih ada sebagian pegawai, terutama pada bagian *front liner* yang kurang peduli dengan keluhan konsumen. Misalnya pada saat ada konsumen yang komplain tentang kiriman pakatnya yang belum sampai, pegawai bagian *front liner* hanya memberikan jawaban yang menyenangkan hati konsumen saja, dengan menjawab “masih diperjalanan Bapak, sabar ya”, atau pada saat konsumen komplain tentang paket mereka yang hilang atau rusak, seolah-olah pegawai bagian *front liner* mau lepas tangan dan menyerahkan masalah tersebut ke atasan mereka.

Untuk mengatasi masalah kurang pedulinya pegawai terhadap komplain konsumen atas keterlambatan paket yang dikirimnya,

seharusnya pegawai berkoordinasi dahulu dengan pegawai ekspedisi, dan mencari tahu mengapa paket konsumen belum sampai, setelah itu, pegawai *front liner* menyampaikannya kepada konsumen. Sehingga konsumen mendapatkan jawaban pasti atas keterlambatan kiriman paketnya, dan jangan hanya memberikan jawaban yang menyenangkan hati konsumen saja.

Untuk mengatasi komplain konsumen atas kehilangan atau kerusakan paket yang dikirimnya, memang pegawai *front liner* tidak bisa menyelesaikannya, namun paling tidak pegawai tersebut menunjukkan rasa kepeduliannya dengan melakukan pendekatan kepada konsumen, kemudian menemani konsumen tersebut untuk menghadap ke bagian yang lebih berwenang dalam menyelesaikan

masalah tersebut. Sehingga diharapkan konsumen akan lebih tenang, walaupun paket yang dikirimnya hilang atau rusak, tapi konsumen mendapatkan sambutan atau perhatian yang baik dari pegawai, hal ini diharapkan dapat meredam emosi konsumen, sekaligus mengurangi atau bahkan menghapus kekecewaannya.

Selanjutnya untuk meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap seluk beluk jasa pengiriman paket dan permasalahan-permasalahan yang mungkin terjadi, maka Kepala Kantor Pos Palembang dapat mengadakan sosialisasi yang lebih intensif, atau dengan mengintensifkan kegiatan diklat (pendidikan dan pelatihan) yang berkaitan dengan masalah tersebut, sehingga diharapkan pegawai, terutama pegawai bagian *front liner*,

lebih memahami lagi tentang seluk-beluk pengiriman paket dan masalah-masalah yang mungkin terjadi. Sehingga diharapkan pegawai dapat melayani komplain dari konsumen.

Pengaruh variabel *Timeliness*, *Accuracy of Order*, *Quality of Information*, dan *Quality of Contact Personnel* Secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, didapatkan hasil bahwa nilai *R-Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,463 (46,3%). Berdasarkan besarnya koefisien determinasi tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh *Timeliness* (X_1), *Accuracy of Order* (X_2), *Quality of Information* (X_3), dan *Quality of Contact Personnel* (X_4) sebesar 46,3%; sedangkan sisanya sebesar 53,7% dijelaskan

oleh faktor-faktor lain, seperti harga, iklan, lokasi dan faktor-faktor lainnya.

Oleh karena itu, jika ada peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian pada objek dan bidang yang sama, sebaiknya memasukkan faktor harga, iklan, maupun lokasi. Karena faktor harga, seperti penentuan harga yang bersaing atau memberikan potongan harga, akan meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian, jika pelayanan pengiriman paket yang diberikan berkualitas dengan harga yang terjangkau atau mendapatkan potongan harga, maka hal tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kegiatan periklanan juga harus diperhatikan, karena dengan iklan diharapkan lebih banyak konsumen yang mengetahui dan

mengingatkan kembali akan jasa pengiriman paket yang ditawarkan oleh Kantor Pos Palembang, untuk saat ini, iklan yang paling efektif adalah iklan di media internet, seperti iklan berbayar di *google*, *yahoo*, atau *e-commerce*. Kantor Pos Palembang bisa juga memasang iklan di media sosial yang tidak berbayar, seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *lines*, *linked*, atau yang lainnya.

Lokasi yang strategis juga harus menjadi perhatian, seperti diketahui bahwa Kantor Pos Palembang hanya memiliki beberapa kantor cabang yang ada di kota Palembang, sebaiknya Kantor Pos Palembang mengikuti jejak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman paket, seperti JNE, Tiki, J&T Express atau yang lainnya, di mana perusahaan-perusahaan

tersebut memiliki kantor-kantor cabang dan kantor-kantor pelayanan sampai ke tempat yang terpencil, sehingga konsumen tidak harus mendatangi Kantor Pos Pusat, namun cukup mendatangi kantor-kantor pelayanan yang ada di sekitar lingkungan mereka, dengan begitu diharapkan akan menambah minat konsumen untuk mengirimkan pakatnya melalui Kantor Pos Palembang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis F didapatkan hasil bahwa *Timeliness*, *Accuracy of Order*, *Quality of Information*, dan *Quality of Contact Personnel* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Moss (1999), yang

mendapatkan hasil bahwa *logistics service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Denny (2014) dengan hasil penelitian bahwa *logistics service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Edwin (2017) yang menunjukkan bahwa *logistics service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Beberapa penelitian lain yang sejalan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu penelitian sebelumnya yang dilakukan Jessica (2012), yang mendapatkan hasil bahwa *timeliness, accuracy of order* dan *quality of information* secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; serta penelitian yang dilakukan oleh Bianda (2014), yang mendapatkan hasil bahwa *timeliness, accuracy of order, quality of information*, dan *quality of contact personnel* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Tjiptono (2012:287), apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan

dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Begitu pula dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler (2012:192), kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Begitu pula dengan teori yang diungkapkan oleh Lupiyoadi (20012:163), bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayan dikurang harapan pelanggan. Rumusnya adalah: $satisfaction = f(service - expectation)$. Berdasarkan rumus tersebut terdapat tiga kemungkinan yang dapat terjadi. *Pertama*, $service\ quality < expectation$, apabila ini terjadi, dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk, selalu tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. *Kedua*, $service\ quality = expectation$, apabila ini terjadi, maka pelayanan yang diberikan perusahaan adalah biasa-biasa saja, di mana pelanggan, pelayanan yang diberikan tidak ada istimewanya dan sudah seharusnya sererti itu. *Ketiga*, $service\ quality > expectation$, apabila ini terjadi, maka

pelayanan yang diberikan perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, tetapi juga sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Pelayanan ini disebut pelayanan prima yang selalu diharapkan pelanggan.

Kunci keberhasilan jasa pengiriman paket adalah terletak pada kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen akan dengan sangat mudahnya berpindah ke jasa pengiriman lain, jika ia merasa dikecewakan. Seperti dimaklumi, saat ini sudah banyak perusahaan swasta yang ikut andil dalam jasa pengiriman ini, seperti JNE, Tiki, J&T Express, dan masih banyak lagi yang lainnya. Jadi untuk menghadapi persaingan yang semakin tajam ini, Kantor Pos Palembang harus benar-benar memperhatikan masalah kualitas pelayanannya. Karena jika

tidak maka Kantor Pos Palembang akan ditinggalkan konsumen, dan konsumen akan lebih memilih jasa pengiriman lain yang lebih populer saat ini, yaitu JNE dan Tiki.

Kantor Pos Palembang adalah dengan cara meningkatkan kemampuan SDMnya, memecat pegawai-pegawainya yang curang dan suka mencuri, menggantikan dengan pegawai baru yang lebih cekatan dan jujur, peduli dengan keluhan konsumen, memberikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan, serta mengikuti kemajuan zaman, seperti memberikan informasi secara online, dan jika memungkinkan membuat Aplikasi GPS untuk paket yang dikirim, sehingga konsumen dapat memantau sampai dimana paket yang mereka kirim.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab sebelumnya, maka pada Bab ini dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- a. *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kurir pada Kantor Pos Palembang.
- b. *Accuracy of Order* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kurir pada Kantor Pos Palembang.
- c. *Quality of Information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kurir pada Kantor Pos Palembang.
- d. *Quality of Contact Personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen Jasa Kurir pada Kantor Pos Palembang.

- e. *Timeliness, Accuracy of Order, Quality of Information, dan Quality of Contact Personnel* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Palembang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran-saran yang mungkin berguna bagi Kantor Pos Palembang yaitu sebagai berikut:

- a. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari sisi *Timeliness*, antara lain:
 - 1) Merekrut dan menempatkan pegawai yang memiliki kecekatan dalam bekerja dan yang memiliki ketelitian tinggi.

- 2) *Driver* dan pegawai ekspedisi harus mengirim paket pada saat jam-jam tidak macet dan mencari jalan alternatif untuk menghindari kemacetan.
- b. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari sisi *Accuracy of Order*, antara lain:
- 1) Melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), bagi pegawai yang mencuri isi paket, bahkan jika perlu mengadukannya ke Polisi.
 - 2) Menindak tegas, seperti memutasi atau melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), bagi pegawai yang ceroboh dalam memperlakukan paket.
 - 3) Meminta kepada konsumen agar menuliskan alamat yang lengkap, berikut menambahkan Kode Pos dan Nomor HP orang yang dituju.
- c. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari sisi *Quality of Information*, antara lain:
- 1) Meningkatkan kualitas informasi yang diberikan kepada konsumen, misalnya memberikan informasi bahwa paket sudah sampai.
 - 2) Kantor Pos Palembang dapat memasang aplikasi GPS untuk paket yang dikirimkannya
- d. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari sisi *Quality of Contact Personnel*, antara lain:
- 1) Pegawai *front liner* harus berkoordinasi dengan pegawai ekspedisi, dan mencari tahu kenapa kiriman

- paket konsumen belum sampai.
- 2) Pegawai harus menunjukkan rasa kepedulian dan melakukan pendekatan kepada konsumen yang kehilangan atau kerusakan paket
 - 3) Mengintensifkan kegiatan diklat yang berkaitan dengan pengetahuan pegawai *front liner* terhadap seluk beluk jasa pengiriman paket.

DAFTAR PUSTAKA

- Bianda Versa (2014) Pengaruh *Logistic Service Quality* terhadap *Customer Statisfaction* Cat EMCO PT. Satriakarya Adiyudha (PT. SKAY), *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume. 2, Nomor 1, (2014), pp.1-9
- Denny Kusuma (2014), Pengaruh *Logistic Service Quality* terhadap *Satisfaction* dan *Loyalty* di PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir. *Jurnal EMBA*, Volume 5, Nomor 3, September 2014, ISSN.2303-1174, pp. 3694-3703
- Edwin Japariato (2017), Pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada Industri Ekspedisi Laut di Surabaya, *Banking and Management Review* Volume 4, Nomor 2, 2015, ISSN. 2252-8520
- Hasan, Ali.2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, CAPS (Center for Academic Publishing Service*, Penerbit Salemba Empat, Yogyakarta.

- Ho, Yin, J. S., Teik, Lai, D. O., Felicia T., Loong F. K., & Tat Yang, T., (2012). *Logistic Service Quality Among Courier Services In Malaysia. International Conference on Economics, Business Innovation IPEDR* Volume 38. IACSIT Press, Singapore.
- Husein Umar, 2013. *Riset Pemasaran*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jessica Sze Yin Ho (2012), *Logistic Service Quality among Courier Service, eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 4, Nomor 3, 2012, pp. 222-236, ISSN 2502-597X
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13, Jilid 1 & 2). Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Dasar Pemasaran*, Edisi ke Duabelas, Penerbit PT Midas Serum Grafindo, Jakarta.
- Lovelock, C. 2011. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia* (Jilid 1). Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit: PT. Buku Seru.
- Sekaran, 2011, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*

Edisi ke 10. Jakarta: Salemba

Empat

Sugiyono. 2011. *Metodologi*

Penelitian Bisnis. Penerbit

CV.Afabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Prinsip-*

prinsip Total Quality Service,

Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.