

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Kantor Pos

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia seperti halnya PT. PLN, PT. Kereta Api, PT. Telkom dan lain sebagainya. Pentingnya komunikasi secara tertulis menjadi ide pertama timbulnya gagasan untuk mendirikan perusahaan ini. Selain itu, pendirian perusahaan juga bertujuan untuk menjamin keamanan surat-menyurat antar penduduk di seluruh daerah di Indonesia.

Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jabatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi Transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 4.800 Kantorpos, serta

dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat. Salah satu Kantor Pos cabangnya adalah Kantor pos kendari yang beralamatkan di Jalan Jenderal Ahmad Yani, Anaiwoi, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Kantor Pos kendari mempunyai 2 loket pelayanan dengan jam kerja hari senin – jumat pukul 07.30 – 17.00 WITA dan hari sabtu – minggu pukul 08.00 – 15.00 WITA. Kantor Pos Cabang Kendari merupakan kantor pos cabang yang membawahi 7 kantor pos pembantu di kota kendari. Adapun daftar kantor pos pembantu dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2.
Daftar Kantor Pos Pembantu Kota Kendari

No	Daftar Kantor Pos Pembantu
1.	Kantor Pos Kota Lama
2.	Kantor Pos Mandonga
3.	Le Pajak
4.	Kantor Pos Wua-Wua
5.	MPP Pos (Kantor Walikota)
6.	MPP Pos (Universitas Terbuka)
7.	Kantor Pos Poasia

2. Visi, Misi dan Tujuan Kantor Pos

Adapun Visi dan Misi PT. POS Indonesia Kendari adalah sebagai berikut:

Visi :

Menjadi *Postal Operator*, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif.

Misi :

- 1) Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik.
- 2) Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi
- 3) Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh.
- 4) Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat
- 5) Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Produk dan Jasa Kantor Pos

a. Domestik

Pos *Express*, Pos Kilat Khusus, Pos Jumbo Ekonomi dan Layanan Standar.

b. Logistik

- 1) Kargo
- 2) *Ware house*

3) *Freight Forwarding*

c. **Internasional**

- 1) Pos Cepat Luar Negeri
- 2) Layanan Prioritas
- 3) Layanan Standar.

4.2. Data Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif digunakan untuk melihat jumlah data yang digunakan dalam penelitian. Selain itu statistic deskriptif juga digunakan menunjukkan nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata serta standar deviasidari masing-masing variable. Variable dalam penelitianini meliputi variable dependen yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan variable independent yaitu kualitas pelayanan. Hasil olah data statistic deskriptifdapatdiliat pada table dibawahini

Tabel 3
Hasil Analisis Statistic Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEPUASAN PELANGGAN	100	36	48	42.62	2.569
KUALITAS PELAYANAN	100	30	38	33.94	1.791
Valid N (listwise)	100				

N = data tabulas

Sumber : Data HasilOlahanSPSS 25,Tahun 2023

Hasil analisis dari statistic deskriptif pada table 3 menunjukkan bahwa terdapat jumlah sampel 100 yang diteliti. Pada variable kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar 30, nilai maximum 38, dengan nilai rata-rata (mean) 33.94 dan nilai standar deviation 1.791.

Pada variable kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 100 sampel nilai (minimum) besar 36, nilai maximum 48, dengan nilai rata-rata (mean) 42.62 dan nilai standar deviation 2.569.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dan reliability adalah sebagai berikut:

2.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Item Pertanyaan	Correlations	Signifikan	Keterangan
1	0,215	0,032	Valid
2	0,197	0,050	valid
3	0,316	0,001	Valid
4	0,505	0,000	Valid
5	0,306	0,002	Valid
6	0,606	0,000	Valid
7	0,344	0,000	Valid
8	0,259	0,009	Valid
9	0,421	0,000	Valid
10	0,389	0,000	Valid

Berdasarkan pada tabel 4 diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari sepuluh item pernyataan pada variabel kualitas

pelayanan (X) hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua correlation dengan signifikan $< 0,05$, sehingga item pernyataan dinyatakan valid.

2.2 Uji validitas kepuasan pelanggan

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No Item Pertanyaan	correlations	signifikan	Keterangan
1	0,434	0,000	Valid
2	0,265	0,008	Valid
3	0,344	0,000	Valid
4	0,440	0,000	Valid
5	0,493	0,000	Valid
6	0,497	0,000	Valid
7	0,604	0,000	Valid
8	0,479	0,000	Valid

Berdasarkan data pada tabel 5 diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari delapan item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua correlation dengan signifikan $< 0,05$ sehingga item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 6
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Nilai Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan	10 item	0,608	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	8 item	0,659	Reliabel

Sumber : Data DiolahSPSS 25

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach' s > dari 0.60. Berdasarkan pengujian Reliability Statistics di atas, nilai Cronbach' s Alpha Kualitas pelayanan (X) sebesar 0,608 dan nilai Cronbach Alpha kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,659. Sehingga variabel independen dan dependen dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Bagian yang perlu dilihat untuk keperluan uji normalitas adalah bagian baris Kolmogorov-Smirnov Z dan Asymp. Sig. (2-tailed). Jika nilai Asymp Sig lebih dari atau samadengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika Asymp Sig kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal.

Tabel 7
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78971190
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.071
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.031 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan data hasil uji normalistas saya melihat bahwa nilai sebesar 0,031 dan lebih kecil dari 0,05 nilai (Sig) $0,031 < 0,05$ maka data penelitian berdistribusi norml.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis korelasi berganda. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model regresi. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid. Uji Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (Variance Infaltion Factor).

Tabel 8
Uji Multikolinieritas

Model		Coefficient	
		Collineary statistics	
		Tolerance	VIF
1.	Kualitas Pelayanan	0,1000	1,000
a.	Dependen Variabel:Kepuasan Pelanggan		

Sumber : Data HasilOlahanSPSS25,Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance sebesar $0,1000 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar 1,000

<10. Sehingga dapat disimpulkan data tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat (kepuasan pelanggan). Dengan melihat taraf signiikan yang dihasilkan dengan perhitungan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, tetapi jika sebaliknya taraf signifikan yang dihasilkan dalam perhitungan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Adapun tabel hasil uji parsial (Uji t) adalah sebagai berikut :

Tabel 9
Uji Parsial (uji t) Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.719	3.004		10.891	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.029	.070	.041	.407	.685

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS25, Tahun 2023

Dari tabel analisis regresi linear sederhana diatas maka dapat dibuatkan ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$= a + bX$$

$$= 32,719 + 0,029$$

Interprestasi persamaan diatas :

- 1) Konstanta 32,719 menunjukkan tanpa adapun pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X) maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 32,719
- 2) Variabel Kepuasan Pelanggan (X), memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,029. Jika variabel kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,029 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

Berdasarkan nilai t tabel dan juga t hitung serta nilai signifikan maka dapat diketahui hasil pada variable kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitun gsebesar 0.407 dan nilai signifikan sebesar 0,685 sehingga karena nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu $0,407 < 1,290$ dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,685 > 0,05$ hal ini menunjukan bahwa variable kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H_0 di tolak.

4.3. Pembahasan

Adapun secara parsial pembahasan dalam penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan yang merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS 25 yang disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berdasarkan pengujian secara parsial diperoleh t hitung 0.407 dengan signifikan 0.685. Nilai t hitung sebesar 0.407 menunjukkan arah hubungan positif. Artinya jika Kualitas Pelayanan (X) meningkat maka Kepuasan Pelanggan (Y) meningkat juga. Dengan nilai sig. $0.685 > 1,290$ dengan demikian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Di karenakan walaupun terdapat peningkatan pada kualitas pelayanan tetapi masih ada beberapa pelanggan yang masih belum puas terhadap pelayanan tersebut itu mengakibatkan tidak terjadi signifikan sehingga perlu adanya peningkatan terhadap pelayanannya

Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa kurang puas, kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan, bahwa jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui harapan tersebut agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi. Dapat disimpulkan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Maka dari itu dibutuhkan sebuah pelayanan yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. apabila Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik Kantor Pos (Persero) Kendari naik maka Kepuasan Pelanggan akan naik. Karena Bukti Fisik yang terdapat di Kantor Pos (Persero) Kendari sangat terbukti tidak terlalu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, akan tetapi pada variable bukti fisik harus tetap ditingkatkan agar keinginan atau harapan pelanggan terpenuhi. Indikator dari bukti fisik antara lain penampilan gedung dan interior bangunan, peralatan teknologi yang memadai, fasilitas yang digunakan, dan penampilan karyawan.

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Apabila Kualitas Pelayanan berupaya Daya Tanggap Kantor Pos (Persero) Kendari naik maka Kepuasan Pelanggan akan naik. Karena Daya Tanggap terbukti tidak terlalu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan akan tetapi pada variable daya tanggap harus tetap ditingkatkan agar keinginan atau harapan pelanggan terpenuhi. Indikator daya tanggap antara lain kejelasan informasi penyampaian, kecepatan dalam penanganan keluhan pelanggan, membantu penyelesaian kesulitan pelanggan, dan kecepatan pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (persero) Kendari memberikan hasil positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Nursalam

2014, sekaligus penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya oleh Dady j. Lumenta (2014) dengan judul “ Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Manado” .Yang hasil penelitiaanya mendapatkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. dan terdapat penelitian lain yang bertolak belakang dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian Ardi Kurnia Pamungkas (2017) dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Perusahaan Terhadap Karyawan Dengan Metode *Internal Service Quality* (Intqual) Dan Important Studi Kasus Di PT. Pos Indonesia (Persero), Cabang Kantor Processing Center, Sleman, Yogyakarta. Yang hasil penelitiannya berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Yang dalam penelitiannya menjelaskan kualitas pelayanan perusahaan PT. Pos Indonesia belum memenuhi harapan karyawan secara optimal masih ada kesenjangan antara realita dan harapan. Oleh sebab itu masih ada perbaikan-perbaikan yang harus dilakukan, karena kualitas pelayanan terhadap perusahaan akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pos Indonesia (Persero) Kendari dalam penelitian ini ternyata mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan ini tidak terlepas dari apa yang diberikan oleh karyawan. Para karyawan juga terlihat bertanggung jawab dan selalu memberikan perhatian bagi pelanggan sehingga memberikan dampak positif bagi pengunjung/pelanggan.