

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA POS INDONESIA KCU SURABAYA 60000

**Ita Sari<sup>1</sup>, Joko Widodo<sup>2</sup>, Radjikan<sup>3</sup>**  
<sup>1,2,3</sup> Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

|                        |                       |                        |  |
|------------------------|-----------------------|------------------------|--|
| Correspondence         |                       |                        |  |
| Email:                 |                       | No. Telp:              |  |
| Submitted 20 Juni 2024 | Accepted 25 Juni 2024 | Published 26 Juni 2024 |  |

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kebon Rojo Surabaya. PT. Pos Indonesia (Persero) adalah BUMN yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang dan layanan publik lainnya, yang pernah mengalami penurunan citra karena buruknya pelayanan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, PT. Pos Indonesia (Persero) telah melakukan berbagai perbaikan signifikan, termasuk adopsi teknologi untuk meningkatkan layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai uji T sebesar 9,913 yang lebih besar dari nilai kritis 1,660. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia (Persero) Kebon Rojo Surabaya perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memenuhi harapan pelanggan dan bersaing di pasar pengiriman barang yang semakin kompetitif. Perbaikan kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar.

**Keywords:** *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, PT. Pos Indonesia*

### PENDAHULUAN

Di era kemajuan teknologi saat ini, industri jasa pengiriman barang mengalami perkembangan pesat. Permintaan konsumen yang sering berbelanja online mendorong peningkatan penggunaan layanan pengiriman barang, karena konsumen menginginkan kemudahan. Akibatnya, banyak perusahaan baru masuk ke pasar jasa pengiriman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menciptakan persaingan yang ketat. Ada beragam layanan pengiriman barang yang ditawarkan dalam berbagai bentuk, memberikan konsumen banyak opsi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sementara itu, perusahaan berusaha untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan berbagai strategi.

Perusahaan jasa pengiriman barang adalah organisasi yang menyediakan layanan untuk memindahkan barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Di Indonesia, ada beberapa perusahaan besar yang beroperasi dalam sektor ini, salah satunya adalah PT Pos Indonesia (Persero). Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PT Pos Indonesia (Persero) memiliki sejarah panjang sebagai pelopor dalam penyediaan layanan pengiriman barang di Indonesia, bahkan sejak masa penjajahan, dan pernah mendominasi pasar. Namun, citra PT Pos Indonesia (Persero) mengalami penurunan di mata konsumen, sehingga menjadi pilihan terakhir untuk pengiriman barang. Penurunan ini disebabkan oleh berbagai masalah dalam pelayanan, seperti keterlambatan pengiriman dan kesulitan dalam menyampaikan barang tepat waktu.

Dalam beberapa tahun terakhir, PT Pos Indonesia (Persero) telah melakukan perbaikan signifikan. Mereka mengadopsi teknologi modern, seperti sistem jemput kiriman gratis yang membuat konsumen tidak perlu datang ke kantor pos, dan sistem pelacakan online menggunakan nomor resi yang memastikan pengiriman tepat waktu.

Selain itu, mereka juga menawarkan layanan pengiriman melalui cargo udara (pesawat), cargo darat (kereta api), dan trucking, menunjukkan peningkatan kualitas dan keandalan layanan.

PT Pos Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan layanan pengiriman berita, uang, dan barang dengan jaringan pelayanan terbesar yang tersebar di seluruh Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN, sebuah perusahaan perseorangan (persero) adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas dengan modal yang terbagi dalam saham, di mana minimal 51% sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. BUMN merupakan bentuk nyata investasi negara dalam dunia usaha dengan tujuan untuk mendorong dan mengembangkan aktivitas perekonomian nasional.

Dalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos, dijelaskan bahwa badan usaha dapat menyelenggarakan berbagai kegiatan pos, termasuk layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos. Selain mengurus layanan surat-menyurat, PT Pos Indonesia juga menyediakan layanan pengiriman paketpos yang mencakup seluruh wilayah Indonesia dan juga internasional. Paketpos adalah layanan yang ekonomis untuk pengiriman barang-barang berharga, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Tabel 1 Data penilaian pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kebon Rojo Surabaya pada tahun 2022

| Kategori | Keterangan       | Point    | Jumlah |
|----------|------------------|----------|--------|
| P1       | kurang           | < 60     | 12     |
| P2       | Cukup            | 60 - 69  | 18     |
| P3       | Baik             | 70 - 89  | 95     |
| P4       | Memuaskan        | 90 - 100 | 15     |
| P5       | Sangat memuaskan | > 100    | 3      |
| Total    |                  |          | 143    |

Sumber: PT. Pos Indonesia (Persero) Kebon Rojo Surabaya 2022

Dari data diatas penilaian pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kebon Rojo Surabaya pada tahun 2022 perolehan kategori baik berada pada tingkat pertama tertinggi dengan 95 pegawai yang memperoleh P3, diikuti dengan 18 pegawai yang memperoleh kategori P2, 15 pegawai yang memperoleh kategori P4, 12 pegawai memperoleh kategori P1, dan hanya 3 pegawai yang memperoleh kategori P5. Maka masih banyak pegawai yang perlu melakukan peningkatan dalam pelayanan dan pekerjaan yang dilakukan hal ini akan berpengaruh kepada hasil atau tujuan perusahaan itu sendiri .

Menurut (Hutasoit, 2011) kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan tingkat kemampuan untuk digunakan dari seluruh karakteristik produk dan jasa yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pelayanan harus sesuai dengan standar yang selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat terkait dengan kepuasan pelanggan. Kualitas yang baik dapat mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. (Atmawati, 2004) Hubungan semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dalam jangka panjang. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memaksimalkan pengalaman

pelanggan yang menyenangkan, sambil mengurangi pengalaman yang kurang menyenangkan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan harus memprioritaskan kepuasan pelanggan agar dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar. Pemahaman bahwa nilai merupakan hasil dari berbagai faktor seperti kualitas dan pelayanan pelanggan menegaskan pentingnya memperhatikan keputusan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai topik utama yang perlu dibahas. Kepuasan pelanggan secara langsung ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang mereka harapkan, sehingga jaminan kualitas menjadi fokus utama bagi setiap perusahaan sebagai penilaian akan keunggulan dalam persaingan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa sangat signifikan dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir dari jasa yang diberikan, tetapi juga proses penyampaian tersebut. Upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan harus menghasilkan keuntungan yang seimbang atau saling menguntungkan, di mana kedua belah pihak merasa puas tanpa ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan adalah aspek yang sangat berharga dalam mempertahankan pelanggan dan menjaga kontinuitas bisnis atau usaha.

Kota Surabaya terdapat banyak usaha pengiriman barang yang bersaing memperebutkan pasar. PT.Pos Indonesia dituntut dapat memiliki nilai lebih dimata masyarakat dan tidak kehilangan pelanggan setianya dalam persaingannya. Didalam pelaksanaan dan perkembangannya banyak masyarakat yang mempertanyakan kinerja PT. Pos Indonesia KCU Surabaya 60000 dalam memberikan pelayanan paketpos kepada masyarakat.

## METODE

Menuru (Sugiyono, 2016) Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifme, digunakan untk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Metode kuantitatif disebut juga metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif (description research) studi korelasional (hubungan) untuk mengetahui tingkat hungan antara dua variabel atau lebih yang dilakukan untuk menyelelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain yang sudah disebutkan kemudian hasilnya dipaparkan dalm bentuk laporan, dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apapun terhadap objek yang diteliti seperti mengubah, menambahkan, ataupun mengadakan manipulasi terhadap objek penelitian.

Motode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data baik yang terjadi di masa lampau maupun di masa sekarang, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel dari sampel yang diambil pada populasi. Dalam penelitian yang akan dilakukan maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

### a. Kuesioner

Pada penyusunan kuesioner, salah satu kriteria kuesioner yang baik adalah validitas dan reliabilitas kuesioner. Validitas menunjukkan kinerja kuesioner dalam mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid (Sugiyono, 2016). Reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner adalah untuk meyakinkan

bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan gejala yang valid.

b. Observasi

Observasi yang akan dilakukan dengan pendekatan participant observation yang mana peneliti juga ikut terjun dalam situasi lingkungan kerja sehingga mengetahui kondisi langsung lingkungan kerja di kantor pos cabang pembantu surabaya selatan. Dua hal yang penting dalam observasi yaitu pengamatan dan ingatan karena terkait dengan sikap, perilaku, proses kerja dan gejala-gejala yang terjadi dalam situasi di lapangan.

## HASIL

Pada bagian ini, akan dipaparkan data hasil tanggapan responden yang bertujuan untuk menjelaskan hasil pembahasan. Dengan gambaran data responden, penulis dapat memahami kondisi variabel yang diteliti. Penelitian ini akan menganalisis masing-masing variabel secara deskriptif untuk memudahkan penulis dalam menginterpretasikan data penelitian.

Distribusi jawaban responden dijelaskan dengan melihat nilai mean pada setiap pertanyaan yang mewakili variabel penelitian. Jawaban responden dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan interval kelas yang dikalkulasikan menggunakan rumus berikut ini:

$$\frac{\text{SKOR TERTINGGI} - \text{SKOR TERENDAH}}{\text{BANYAK BILANGAN}}$$

$$\begin{aligned} \text{Maka diperoleh} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat diketahui kategori jawaban responden masing-masing variabel yaitu:

- |                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| a) skor untuk kategori sangat baik  | = 4.21 – 5,00 |
| b) skor untuk kategori baik         | = 3.41 – 4.20 |
| c) skor untuk kategori netral       | = 2.61 – 3.40 |
| d) skor untuk kategori buruk        | = 1.81 – 2.60 |
| e) skor untuk kategori sangat buruk | = 1.00 – 1.80 |

a. Tanggapan Responden Atas Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipresentasikan dalam 15 pernyataan. Tanggapan responden atas pernyataan yang mempresentasikan variabel kualitas pelayanan dijabarkan pada tabel 2

Tabel 2  
Tanggapan responden atas kualitas pelayanan

| indikator      | Item pernyataan | SS | S  | CS | TS | STS | mean | Ket.        |
|----------------|-----------------|----|----|----|----|-----|------|-------------|
| Tangible       | X1              | 40 | 35 | 25 | 0  | 0   | 4,15 | Baik        |
|                | X2              | 29 | 58 | 13 | 0  | 0   | 4,16 | Baik        |
|                | X3              | 28 | 59 | 13 | 0  | 0   | 4,15 | Baik        |
| Reliability    | X4              | 47 | 41 | 12 | 0  | 0   | 4,34 | Sangat Baik |
|                | X5              | 34 | 49 | 17 | 0  | 0   | 4,17 | Baik        |
|                | X6              | 26 | 47 | 27 | 0  | 0   | 3,99 | Baik        |
| Responsiveness | X7              | 24 | 52 | 23 | 1  | 0   | 3,99 | Baik        |
|                | X8              | 27 | 49 | 23 | 1  | 0   | 4,02 | Baik        |
|                | X9              | 33 | 61 | 6  | 0  | 0   | 4,27 | Sangat Baik |
| Assurance      | X10             | 24 | 52 | 23 | 1  | 0   | 3,99 | Baik        |
|                | X11             | 33 | 57 | 10 | 0  | 0   | 4,23 | Sangat Baik |
|                | X12             | 27 | 49 | 23 | 0  | 0   | 4,02 | Baik        |
| Empathy        | X13             | 97 | 2  | 1  | 0  | 0   | 4,96 | Sangat Baik |
|                | X14             | 24 | 52 | 23 | 1  | 0   | 3,99 | Baik        |
|                | X15             | 27 | 49 | 23 | 1  | 0   | 4,02 | Baik        |

(Sumber: hasil pengolahan data primer, 2024)

b. Tanggapan Responden Atas Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipresentasikan dalam 5 pernyataan. Tanggapan responden atas pernyataan yang mempresentasikan variabel kualitas pelayanan dijabarkan pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Tanggapan responden atas Kepuasan Pelanggan

| indikator          | Item pernyataan | SS | S  | CS | TS | STS | mean | Ket. |
|--------------------|-----------------|----|----|----|----|-----|------|------|
| Kepuasan Pelanggan | Y1              | 27 | 49 | 23 | 1  | 0   | 4,02 | Baik |
|                    | Y2              | 26 | 57 | 17 | 0  | 0   | 4,09 | Baik |
|                    | Y3              | 31 | 54 | 15 | 0  | 0   | 4,16 | Baik |
|                    | Y4              | 15 | 74 | 11 | 0  | 0   | 4,04 | Baik |
|                    | Y5              | 26 | 50 | 23 | 1  | 0   | 4,01 | Baik |

(Sumber: hasil pengolahan data primer, 2024)

a. uji parsial (uji T)

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh secara signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dalam konteks penelitian ini, uji parsial dilakukan untuk mengevaluasi dampak kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia KCU Surabaya 60000. Dalam penelitian ini, dilakukan uji parsial (uji T) dengan menggunakan uji-T test. Uji hipotesis ini membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan perolehan  $T_{tabel}$  untuk menentukan signifikansi variabel. Berikut hasil uji parsial (uji T) sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1     | (Constant)         | 1,834                       | 1,872      |                           | ,980  | ,330  |
|       | Kualitas pelayanan | ,296                        | ,030       | ,708                      | 9,913 | <,001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

(Sumber: hasil pengolahan data primer, 2024)

Berdasarkan gambar diatas output hasil uji parsial (uji T) dari pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y), hasil dari koefisien regresi dimana uji T pada variabel kualitas pelayanan (X) memperoleh nilai sebesar 9,913 (. Maka nilai tersebut dinyatakan >1,660 (T tabel =  $t_{\alpha, n-1}$  / T tabel = 0,05, 99). Sedangkan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,005$  Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dalam konteks penelitian ini, analisis regresi linier sederhana sesuai karena memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil uji regresi linier sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini:

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1     | (Constant)         | 1,834                       | 1,872      |                           | ,980  | ,330  |
|       | Kualitas pelayanan | ,296                        | ,030       | ,708                      | 9,913 | <,001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

(Sumber: hasil pengolahan data primer, 2024)

Berdasarkan hasil analisis data yang dipaparkan diatas, dapat diketahui nilai persamaan yaitu  $Y = A + Bx$ ,  $Y = 1,834 + 0,296X$ , dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. koefisiennya adalah 1,834, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai konsisten sebesar 1,834
2. maka nilai kepuasan pelanggan naik sebanyak 0,296%.

**PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, uji parsial (uji T) dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Surabaya 60000. Hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (variabel X) memiliki nilai T hitung sebesar 9,913, yang lebih besar dari nilai T tabel sebesar 1,660 pada tingkat signifikansi 0,05.

Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,005. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini konsisten dengan teori dan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka.

a. Indikator *Tangibles* (Bukti Fisik) X1.1

Indikator Bukti Fisik dapat diukur dengan fasilitas yang cukup, bersih, aman dan nyaman. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diketahui bagaimana bukti fisik pada kualitas pelayanan Kelurahan Kendangsari. Dari pernyataan yang ada, X1.1 memiliki penilaian responden baik yaitu berkaitan dengan fasilitas yang cukup, bersih, aman dan nyaman. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa bentuk fisik pada kualitas pelayanan pada kantor POS Indonesia KCU Surabaya 60000 dapat dikategorikan baik karena mampu dalam menyediakan fasilitas yang cukup memadai, bersih, aman dan nyaman bagi pelanggan yang menggunakan layanan

b. Indikator *Reliability* (Kehandalan) X1.2

Indikator Kehandalan dapat diukur dengan pelayanan publik sesuai prosedur dan tepat waktu. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diketahui bagaimana kehandalan pada kualitas pelayanan Kelurahan Kendangsari. Dari pernyataan yang ada, X1.2 memiliki jawaban responden sangat baik yaitu berkaitan dengan pelayanan sesuai prosedur dan tepat waktu. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kehandalan pada kualitas pelayanan pada POS Indonesia KCU Surabaya 60000 dapat dikategorikan sangat baik.

c. Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap) X1.3

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diketahui bagaimana daya tanggap pada kualitas pelayanan Kelurahan Kendangsari. Dari pernyataan yang ada, X1.3 memiliki respon baik yaitu berkaitan dengan pegawai cepat tanggap dalam menangani keluhan masyarakat. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa daya tanggap pada kualitas pelayanan pada Indonesia KCU Surabaya 60000 dapat dikategorikan baik. Hal ini dikarenakan pegawai dinilai cukup mampu dalam menangani keluhan dari pelanggan seperti sikap petugas, tanggung jawab petugas, dan prosedur pelayanan.

d. Indikator *Assurance* (Jaminan) X1.4

Indikator Jaminan dapat diukur dengan asuransi barang kiriman POS Indonesia KCU Surabaya 60000 merupakan layanan yang disediakan untuk memberikan perlindungan terhadap barang yang dikirimkan melalui layanan pos. X1.4 memiliki jawaban responden sangat baik untuk memberikan kompensasi kepada pengirim atau penerima jika terjadi kerusakan atau kehilangan selama proses pengiriman.

e. Indikator *Empathy* (Empati) X1.5

Indikator Peduli dapat diukur dengan petugas POS Indonesia KCU Surabaya 60000 yang memberikan pelayanan dengan tulus kepada pelanggan tanpa memandang status sosial. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diketahui bagaimana tingkat peduli pada kualitas pelayanan POS Indonesia KCU Surabaya 60000. Dari pernyataan yang ada, X1.5 memiliki jawaban

sangat baik yaitu berkaitan dengan pegawai yang memberikan pelayanan dengan tulus kepada pelanggan

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil koefisien regresi yang ada, Kualitas Pelayanan mempunyai nilai positif hasil dari koefisien regresi dimana uji T pada variabel kualitas pelayanan (X) memperoleh nilai sebesar 9,913. Maka nilai tersebut dinyatakan  $>1,660$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat penting dalam pelaksanaan pelayanan publik, termasuk dalam bidang barang, jasa, dan administratif. Hal ini karena kualitas pelayanan menjadi indikator utama dalam menilai apakah suatu pelayanan berkualitas atau tidak. Ketika pelanggan merasakan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan harapannya, mereka akan merasa puas. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan publik mereka. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi PT Pos Indonesia KCU Surabaya 60000 untuk memberikan perhatian khusus pada kualitas layanan mereka. Kepuasan pelanggan membawa banyak manfaat bagi PT Pos Indonesia KCU Surabaya 60000 dan pelanggan itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Hutasoit, C. S. (2011). *Pelayanan Publik Teori & Aplikasi*. MAGNA Script Publishing.
- Kotler, P., & Warnadi, & T. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “ Andina. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 8(1).
- Ratminto, A. W. (2005). *Manajemen Pelayanan*. pustaka pelajar.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Cv Andi.
- Widjaja, Y.R. dan I. N. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1):2527-5143).
- Zikmund, W.G. et. al. (2003). *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.