

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN POS REGULER PADA KANTOR POS AMUNTAI KC 71400 KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Rahman<sup>1</sup>, Arif Budiman<sup>2</sup>, Saidah Hasbiyah<sup>3</sup>

Program Studi Administrasi Publik

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail : [rahmanuman6@gmail.com](mailto:rahmanuman6@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian dilaksanakan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 yang berlokasi di kelurahan Murung Sari, Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Indonesia. Alamatnya di Jalan Basuki Rahmat No. 10. Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi pelanggan pos reguler yang menerima pelayanan, berjumlah 12.423 orang pada tahun 2023. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik Non Probability Sampling, menggunakan metode sampling aksidental. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400. Hal ini dibuktikan dengan nilai Thitung sebesar 16.506 yang lebih besar dari Ttabel 1,985, sehingga  $H_0$  ditolak ( $H_0$  ditolak). Besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai  $R^2$  (R Square) sebesar 0,735 atau 73,5%. Ini berarti 73,5% variasi dalam Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan, sementara sisanya 26,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Amuntai KC 71400 Post Office, Hulu Sungai Utara Regency. The research was conducted at the Amuntai KC 71400 Post Office located at Jl. Basuki Rahmat No.10, Murung Sari, Central Amuntai, Hulu Sungai Utara Regency. The type of research used is Quantitative Descriptive with a population of regular postal customers who receive services, totalling 12,423 people in 2023. The sample used was 100 respondents with Non Probability Sampling technique, using accidental sampling method. The data collected was analysed using IBM SPSS Statistics.*

*The results showed that there is a positive and significant influence between Service Quality on Customer Satisfaction at the Amuntai KC 71400 Post Office. This is evidenced by the Thitung value of 16.506 which is greater than the Ttable 1.985, so  $H_0$  is accepted ( $H_0$  is rejected). The magnitude of the effect of Service Quality on Customer Satisfaction is indicated by the  $R^2$  (R Square) value of 0.735 or 73.5%. This means that 73.5% of the variation in Customer Satisfaction is explained by Service Quality, while the remaining 26.5% is influenced by other factors.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction.

### PENDAHULUAN

Perkembangan jasa pengiriman semakin menjadi perhatian masyarakat karena ketatnya persaingan dan banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan. Untuk bersaing dan unggul, perusahaan harus menciptakan strategi yang efektif guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Berbagai perusahaan seperti JNT, JNE, Shopee Express, dan SiCepat

Express berlomba memberikan kualitas pelayanan terbaik. Perusahaan yang sudah lama berdiri harus terus berinovasi untuk menjaga pelanggan mereka agar tidak beralih ke kompetitor. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut. Tanpa inovasi, perusahaan berisiko kehilangan pelanggan kepada pesaing yang lebih dinamis dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai perusahaan BUMN juga harus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk mereka agar tetap kompetitif. Pos Indonesia memiliki brand dan image yang kuat di kalangan masyarakat luas sebagai perusahaan pengiriman terkemuka. Namun, hanya mengandalkan jam terbang dan pengalaman tidak cukup. Perusahaan perlu melakukan peningkatan terus-menerus terhadap kualitas pelayanan untuk tetap relevan di tengah persaingan yang ketat dan perkembangan teknologi informasi. Pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, yang dapat membawa pelanggan kembali dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Ini menunjukkan pentingnya pelayanan pelanggan yang matang dan berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan lama, sehingga menciptakan loyalitas dan rekomendasi positif.

Penelitian ini berfokus pada Kantor Pos Amuntai KC 71400, di mana kepuasan pelanggan dirasa kurang optimal. Observasi awal menunjukkan bahwa beberapa masalah utama meliputi ketatnya persaingan antar perusahaan pengiriman, dengan estimasi waktu pengiriman yang lebih cepat dari Pos Indonesia, serta pelayanan customer service yang kurang optimal karena hanya ada satu karyawan yang melayani rata-rata 25 pelanggan per hari. Hal ini menyebabkan waktu tunggu yang lama bagi pelanggan. Selain itu, ada keluhan terkait keterlambatan pengiriman paket. Pos Indonesia memiliki beberapa layanan paket seperti Paket Pos Jumbo, Paket Pos Reguler, Paket Pos Kilat, dan Paket Pos Kilat Khusus. Namun, masalah keterlambatan sering terjadi, baik untuk paket kilat maupun reguler, terutama karena proses pemeriksaan bea cukai atau sulitnya menjangkau wilayah tertentu. Keterlambatan ini berdampak negatif pada kepuasan pelanggan dan citra perusahaan.

Dengan mempertimbangkan permasalahan ini, penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Reguler Pada Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara” dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos tersebut, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi perbaikan yang konkret dan aplikatif.

Kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, terkait erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen (Manengal, 2021). Dimensi Kualitas Pelayanan (Zeithaml dalam Wiwik Sulistiyowati, 2018):

1. Reliabilitas: Kemampuan memberikan layanan yang akurat dan tepat waktu.
2. Daya tanggap: Ketersediaan dan kemampuan merespon permintaan pelanggan dengan cepat.
3. Jaminan: Perilaku karyawan yang menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman.
4. Empati: Pemahaman dan perhatian terhadap masalah pelanggan.
5. Bukti fisik: Daya tarik fasilitas dan penampilan karyawan.

Prinsip Kualitas Pelayanan (Tjiptono dan Chandra, 2016):

1. Kepemimpinan: Inisiatif dan komitmen manajemen puncak.
2. Pendidikan: Pendidikan kualitas bagi semua personil.
3. Perencanaan: Pengukuran dan tujuan kualitas dalam perencanaan strategi.
4. Review: Mekanisme perubahan perilaku organisasional.

5. Komunikasi: Proses komunikasi dalam organisasi.
6. Penghargaan dan Pengakuan: Penghargaan bagi karyawan berprestasi.

Dimensi Kualitas Pelayanan (Vincent Gaspersz dalam Ardane, 2017):

1. Ketepatan waktu: Berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
2. Akurasi: Realibilitas dan bebas kesalahan.
3. Kesopanan dan Keramahtamahan: Citra pelayanan dari interaksi langsung.
4. Tanggung jawab: Penanganan keluhan konsumen.
5. Kelengkapan: Lingkup layanan dan sarana pendukung.
6. Kemudahan: Banyaknya outlet dan fasilitas pendukung.
7. Variasi model layanan: Inovasi dan fitur layanan.
8. Kualitas layanan pribadi: Fleksibilitas dan penanganan permintaan khusus.
9. Kenyamanan: Jangkauan lokasi dan fasilitas.
10. Atribut pendukung lainnya: Lingkungan dan kebersihan.

Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan (Christian Gronroos dalam Rolando, 2018):

1. Menjaga dan memperhatikan: Kepuasan pelanggan terhadap sistem dan karyawan.
2. Spontanitas: Keinginan karyawan menyelesaikan masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah: Kemampuan karyawan menjalankan tugas standar.
4. Perbaikan: Usaha khusus mengatasi kondisi tidak diinginkan.

Dimensi Kualitas Pelayanan (Afandi, 2018):

1. Prosedur pelayanan: Standar bagi pemberi dan penerima pelayanan.
2. Waktu penyelesaian: Waktu dari pengajuan sampai penyelesaian.
3. Biaya pelayanan: Rincian biaya dalam proses pelayanan.
4. Produk pelayanan: Hasil yang diterima sesuai ketentuan.
5. Sarana dan prasarana: Ketersediaan yang memadai.
6. Kompetensi petugas: Pengetahuan, keahlian, ketrampilan, sikap, dan perilaku yang tepat.

Kepuasan pelanggan adalah keadaan di mana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Ini terjadi ketika produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk (Fatihudin dan Firmansyah, 2019)

Komponen Utama Kepuasan Pelanggan (Tjiptono, 2019):

1. Tipe Respon: Respon emosional atau kognitif dengan intensitas beragam.
2. Fokus Respon: Produk, konsumsi, keputusan pembelian, wiraniaga, toko, dsb.
3. Timing Respon: Setelah konsumsi, setelah pembelian, berdasarkan pengalaman akumulatif.

Elemen Kepuasan Konsumen (Donni Juni Priansa, 2017):

1. Harapan: Harapan terhadap barang/jasa sebelum pembelian.
2. Kinerja: Pengalaman terhadap kinerja aktual barang/jasa.
3. Perbandingan: Perbandingan antara harapan dan kinerja aktual.
4. Pengalaman: Dipengaruhi oleh penggunaan merek lain.
5. Konfirmasi: Kesesuaian antara harapan dan kinerja produk.

Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan (Irawan, 2015):

1. Kualitas Produk: Kualitas produk yang baik.
2. Harga: Harga murah sebagai sumber kepuasan bagi pelanggan sensitif.
3. Kualitas Layanan: Kesulitan meniru kualitas layanan yang baik.
4. Faktor Emosional: Nilai emosional dari merek produk.
5. Biaya dan Kemudahan: Kemudahan dan efisiensi mendapatkan produk/layanan.

Aspek Kepuasan Pelanggan (Sabarguna, 2004):

1. Aspek Kenyamanan: Lokasi, kebersihan, kenyamanan perusahaan.
2. Aspek Hubungan: Keramahan, informasi, komunikatif, responsif, suportif karyawan.
3. Aspek Kompetensi Teknis: Keberanian bertindak dan pengalaman karyawan.
4. Aspek Biaya: Keterjangkauan harga produk.

Model Kepuasan Pelanggan (Fandy Tjiptono, 2012):

1. Model Kognitif: Penilaian berdasarkan perbedaan antara atribut ideal dan aktual. Cara mencapai kepuasan: Mengubah penawaran sesuai dengan yang ideal atau meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan.
2. Model Afektif: Penilaian berdasarkan aspirasi, perilaku belajar, emosi, suasana hati, dll.

Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

## METODE

### A. Masalah yang diteliti

1. Persaingan di antara perusahaan jasa pengiriman semakin ketat dengan banyaknya pilihan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan seperti JNT, JNE, Shopee Express, dan SiCepat Express. Masing-masing perusahaan menawarkan ongkos kirim yang kompetitif dan estimasi waktu pengiriman yang berbeda. J&T Reguler memiliki estimasi waktu pengiriman 2-3 hari kerja, JNE REG dengan perkiraan 1-7 hari kerja tergantung zona, Shopee Express Standart dengan estimasi 2-3 hari, SiCepat Reguler Service membutuhkan 1-2 hari (kota besar) dan 3-5 hari (kabupaten/transit), serta Pos Reguler dengan waktu antara 7-14 hari kerja. Perbedaan waktu dan biaya ini menyebabkan pelanggan sering kali beralih ke kompetitor yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan mereka. *(Sumber : Berdasarkan hasil pemeriksaan BPK yang menemukan permasalahan-permasalahan yang dapat menghambat efektivitas kegiatan pengelolaan bisnis dan operasi jasa kurir domestik layanan pos komersial standar)*
2. Pelayanan customer service di Kantor Pos Amuntai KC 71400 dirasa kurang optimal karena hanya ada satu karyawan yang bertugas di bagian ini. Sementara itu, rata-rata 25 pelanggan datang setiap hari untuk menanyakan informasi atau melakukan cap stempel. Kondisi ini membuat pelanggan menjadi menunggu selama 10 hingga 15 menit untuk dilayani. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah karyawan yang ada tidak mencukupi untuk menangani jumlah pelanggan yang datang setiap harinya. *(Sumber : Dilihat dari jumlah customer service di Kantor Pos Amuntai KC 71400)*
3. Masih terdapat laporan dari pelanggan mengenai keterlambatan pengiriman paket di Kantor Pos Amuntai KC 71400. Pos Indonesia menyediakan empat layanan paket pos, yaitu Paket Pos Jumbo, Paket Pos Reguler, Paket Pos Kilat, dan Paket Pos Kilat Khusus. Meskipun Paket Pos Kilat Khusus menjanjikan pengiriman prioritas dengan jaminan waktu 4 hari, sering kali terjadi hambatan yang menyebabkan keterlambatan. Permasalahan serupa juga terjadi pada paket kiriman reguler dan kiriman internasional, yang sering terhambat oleh pemeriksaan bea cukai atau sulitnya akses ke wilayah tujuan. Keterlambatan ini menjadi masalah yang perlu diselesaikan untuk meningkatkan layanan pengiriman paket. *(Sumber : Berdasarkan hasil observasi awal peneliti)*

## **B. Sasaran Penelitian**

Sasaran pada penelitian ini adalah pelanggan pada Kantor Pos Amuntai KC 71400 yang bertempat di Jl. Basuki Rahmat No.10, Murung Sari, Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara.

## **C. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan prosedur yang sistematis dan sesuai standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dan untuk memperoleh data tersebut dapat dilakukan dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, kuesioner, dokumentasi, dan gabungan dari ketiganya.

### **1. Observasi (Pengamatan)**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati suatu objek di lapangan, seperti mengamati pelayanan karyawan dalam bekerja, dan lain sebagainya. Observasi dilakukan untuk menemukan fenomena dan gejala yang terjadi di lapangan.

### **2. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menggunakan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian diberikan jawaban. Kuesioner ini berupa pertanyaan tertutup atau terbuka dan diberikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengumpulkan data yang objektif. Kuesioner ini cocok digunakan untuk jumlah responden yang signifikan dan tersebar di seluruh wilayah.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui catatan lapangan berupa dokumentasi, seperti foto, yang dikumpulkan selama penelitian. . Dokumentasi dalam penelitian ini sebagai kumpulan dokumentasi pendukung penelitian yang diperlukan.

## **D. Teknik Analisis Data**

Dalam Analisis data penelitian kuantitatif mencakup pengolahan dan penyajian data, perhitungan untuk mendeskripsikan data, dan pengujian hipotesis menggunakan uji statistik. Pengolahan data dalam penelitian kuantitatif juga merupakan proses mendapatkan data ringkasan melalui penggunaan metode atau rumusan tertentu. Kegiatan yang dilakukan untuk mengolah data termasuk editing, coding, dan tabulasi.

### **1. Editing**

Editing adalah proses pemeriksaan data untuk memastikan keakuratan, konsistensi, dan kelengkapan. Tujuannya adalah mendeteksi dan memperbaiki kesalahan seperti jawaban yang tidak lengkap atau relevan. Peneliti memeriksa setiap respon untuk memastikan semua pertanyaan dijawab dengan benar dan menandai data yang memerlukan klarifikasi.

### **2. Coding**

Coding adalah proses mengubah data mentah menjadi bentuk yang dapat dianalisis secara statistik dengan menetapkan kode numerik atau simbol untuk setiap respon. Tujuannya adalah mempermudah analisis data dengan mengkonversi jawaban kualitatif menjadi data kuantitatif. Proses ini dimulai dengan membuat daftar kategori dan menetapkan kode untuk setiap kategori.

### **3. Tabulasi**

Untuk mempermudah analisis dengan menghitung frekuensi dan distribusi data berdasarkan kategori yang telah dikodekan. Tujuannya adalah menyajikan data secara sistematis agar pola dan hubungan dalam data mudah diidentifikasi dan dianalisis.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil uji analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan jawaban responden menunjukkan bahwa responden paling sering memberikan tanggapan setuju. Untuk variabel kepuasan pelanggan responden memberi tanggapan setuju.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| Variabel                      | No  | Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Ket   |
|-------------------------------|-----|------|--------------|-------------|-------|
| 1                             | 2   | 3    | 4            | 5           | 6     |
| <b>Kualitas Pelayanan (X)</b> | X1  |      | 0,600        | 0,361       | Valid |
|                               | X2  |      | 0,618        | 0,361       | Valid |
|                               | X3  |      | 0,672        | 0,361       | Valid |
|                               | X4  |      | 0,652        | 0,361       | Valid |
|                               | X5  |      | 0,567        | 0,361       | Valid |
|                               | X6  |      | 0,759        | 0,361       | Valid |
|                               | X7  |      | 0,596        | 0,361       | Valid |
|                               | X8  |      | 0,753        | 0,361       | Valid |
|                               | X9  |      | 0,598        | 0,361       | Valid |
|                               | X10 |      | 0,754        | 0,361       | Valid |
|                               | X11 |      | 0,531        | 0,361       | Valid |
|                               | X12 |      | 0,698        | 0,361       | Valid |
|                               | X13 |      | 0,709        | 0,361       | Valid |
|                               | X14 |      | 0,803        | 0,361       | Valid |
|                               | X15 |      | 0,559        | 0,361       | Valid |
|                               | X16 |      | 0,731        | 0,361       | Valid |
| 1                             | 2   | 3    | 4            | 5           | 6     |
| <b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> | Y1  |      | 0,674        | 0,361       | Valid |
|                               | Y2  |      | 0,873        | 0,361       | Valid |
|                               | Y3  |      | 0,829        | 0,361       | Valid |
|                               | Y4  |      | 0,775        | 0,361       | Valid |
|                               | Y5  |      | 0,852        | 0,361       | Valid |
|                               | Y6  |      | 0,448        | 0,361       | Valid |
|                               | Y7  |      | 0,749        | 0,361       | Valid |
|                               | Y8  |      | 0,772        | 0,361       | Valid |
|                               | Y9  |      | 0,873        | 0,361       | Valid |
|                               | Y10 |      | 0,829        | 0,361       | Valid |
|                               | Y11 |      | 0,775        | 0,361       | Valid |
|                               | Y12 |      | 0,852        | 0,361       | Valid |

Berikutnya Uji Validitas : Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner sah atau tidak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian tentang variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan valid untuk semua item karena nilainya di atas 0,361.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel           | No       | Cronbach's Alpha | Cronbach's standard | Ket      |
|--------------------|----------|------------------|---------------------|----------|
| <b>1</b>           | <b>2</b> | <b>4</b>         | <b>5</b>            | <b>6</b> |
| Kualitas Pelayanan | X        | 0,913            | 0,60                | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan | Y        | 0,937            | 0,60                | Reliabel |

Uji Reliabilitas : Menurut Sugiyono (2017: 130), uji reliabilitas menentukan seberapa baik hasil pengukuran dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengujian terhadap semua variabel dengan nilai alfa Cronbach menunjukkan bahwa nilai alfa lebih dari 0,7. Oleh karena itu, instrumen penelitian ini dapat dipercaya. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel. Maka dapat digunakan untuk mengolah selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

| Tests of Normality |                                 |     |      |              |     |      |
|--------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|                    | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|                    | Statistic                       | df  | Sig. | Statistic    | df  | Sig. |
| Kualitas Pelayanan | .084                            | 100 | .078 | .976         | 100 | .066 |
| Kepuasan Pelanggan | .107                            | 100 | .007 | .981         | 100 | .150 |

a. Lilliefors Significance Correction

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dikatakan baik apabila memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi model regresi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi model pada penelitian ini memiliki distribusi data normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Linearitas**

| ANOVA Table |                |    |             |   |      |
|-------------|----------------|----|-------------|---|------|
|             | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|             |                |    |             |   |      |

|  |                |                          |          |    |          |         |      |
|--|----------------|--------------------------|----------|----|----------|---------|------|
| Kepuasan Pelanggan *<br>Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined)               | 2048.339 | 29 | 70.632   | 9.851   | .000 |
|  |                | Linearity                | 1875.593 | 1  | 1875.593 | 261.589 | .000 |
|  |                | Deviation from Linearity | 172.747  | 28 | 6.170    | .860    | .664 |
|  | Within Groups  |                          | 501.901  | 70 | 7.170    |         |      |
|  | Total          |                          | 2550.240 | 99 |          |         |      |

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara data kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan bersifat linear atau tidak. Apabila terdapat hubungan yang linear maka digunakan analisis regresi linear. Sebaliknya apabila tidak terdapat hubungan linear antara kedua variabel maka digunakan analisis regresi nonlinier sehingga diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,664 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima yang berarti terdapat hubungan linear antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Karena nilai Sig. 0,664 jauh lebih besar dari 0,05 maka model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kepuasan pelanggan.

**Tabel 5. Hasil Uji Korelasi**

| Correlations       |                     |                    |                    |
|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
|                    |                     | Kualitas Pelayanan | Kepuasan Pelanggan |
| Kualitas Pelayanan | Pearson Correlation | 1                  | .858**             |
|                    | Sig. (2-tailed)     |                    | .000               |
|                    | N                   | 100                | 100                |
| Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .858**             | 1                  |
|                    | Sig. (2-tailed)     | .000               |                    |
|                    | N                   | 100                | 100                |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi sebesar 0,858. Korelasi ini signifikan pada level 0,001 yang artinya peningkatan kualitas pelayanan diiringi dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Sederhana**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |                           |   |      |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|---|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|                           |                             |                           |   |      |

|   |                    | B     | Std. Error | Beta |        |      |
|---|--------------------|-------|------------|------|--------|------|
| 1 | (Constant)         | 8.170 | 2.562      |      | 3.189  | .002 |
|   | Kualitas Pelayanan | .628  | .038       | .858 | 16.506 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kemudian Analisis Regresi Sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC & 1400 Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat diawali dengan merekapitulasi hasil analisis regresi sederhana. Hasil pengujian yang diperoleh persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,628, artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,628 satuan, maka skor kepuasan pelanggan akan meningkat menjadi 8,798 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y), semakin tinggi nilai kualitas pelayanan sampai batas maksimum maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan

Pengujian Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing – masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai t-hitung sebesar  $16,506 > t$ -tabel 1,985 maka  $H_0$  diterima ( $H_0$  ditolak) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .858 <sup>a</sup> | .735     | .733              | 2.62377                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Setelah dilakukan pengujian diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,735. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang “kuat” antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC & 1400 Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC & 1400 Kabupaten Hulu Sungai Utara sebesar 73,5%. Sedangkan sisanya sebesar 26,5% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pengujian hipotesis diperoleh nilai Thitung sebesar  $16.506 > T$ tabel 1,985 maka  $H_0$  diterima (menolak  $H_0$ ) jadi bisa dibuat kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengujian hipotesis mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara didapatkan kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $16,506 > T_{tabel}$  1,985, maka  $H_a$  diterima ( $H_0$  ditolak) dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
2. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara diwakili oleh nilai  $R^2$  (R-squared) atau koefisien determinasi sebesar 0,735 atau 73,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah sebesar 73,5% sedangkan sisanya sebesar 26,5% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis ingin menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Kepada kepala Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara untuk dapat meningkatkan kinerja pelayanannya dengan menambah staf di bagian layanan pelanggan serta lebih memperhatikan jadwal masuk kerja pegawai setelah jam istirahat, hal ini akan membantu dalam mempercepat pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Kepada pegawai Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan kinerja mereka pada pelayanan dari kehandalan, daya tanggap, keamanan, empati dan bukti fisik seperti kehandalan dalam menjalankan proses layanan sesuai dengan standar yang ditetapkan, ketepatan waktu dalam pengiriman dan ketelitian dalam penanganan kiriman, menyediakan solusi yang cepat dan efektif terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan, memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang produk dan informasi kantor pos, memberikan rasa aman dalam bertransaksi, serta memberikan kepercayaan kepada pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anjasmari, N.M.M. (2022) 'Pelayanan Kesehatan Pasien BPJS Rawat Jalan Pada Puskesmas Mabuun Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong'.

Anjasmari, N.M.M. (2023) 'KINERJA PEGAWAI PADA UNIT PELAYANAN PENDAPATAN DAERAH (UPPD) SISTEM ADMINISTRASI MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT) KECAMATAN DAHA SELATAN KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), pp. 2163–2171.

- Anshari, M.R. (2023) 'ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR KECAMATAN SUNGAI TABUKAN KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *Cross-border*, 6(1), pp. 28–41.
- Arlan, A.S. and Aida, N. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Puskesmas Pagat Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Tengah', *Administtraus*, 7(2), pp. 38–53.
- Febriadi, H. (2022) 'KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DALAM PENYELENGGARAAN PEMILU LANGSUNG DI INDONESIA', *Al Iidara Balad*, 4(2), pp. 34–41.
- Hidayatullah, G.M. (2024) 'PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA MAL PELAYANAN PUBLIK KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), pp. 1219–1229.
- Muhammad Hidayatullah, G. (2021) 'Pelayanan Isbat Nikah Wilayah Kerja Kantor Pengadilan Agama Amuntai Kelas 1b Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Jurnal Niara*, 14(3), pp. 213–223. Available at: <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.7384>.
- Noorrahman, M.F., Rizal, M. and Sairin, M. (2022) 'Peran Administrasi Publik dalam Meningkatkan Kinerja dalam Aspek Kepuasan Kerja pada Pejabat Struktural Akademik di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(1), pp. 155–163.
- Noorrahman, M.F. and Sairin, M. (2023) 'ANALISIS KINERJA PEGAWAI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA UPT PUSKESMAS RAWAT INAP DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12), pp. 5475–5481.
- Paulina, S. (2021) 'KUALITAS PELAYANAN PENCATATAN NIKAH DIKANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN PARINGIN PADA MASA PANDEMI COVID 19', *Al'iidara Balad*, 3(2), pp. 27–39.
- Paulina, S. (2023) 'PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI PERNIKAHAN DIKANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN PARINGIN SELATAN KABUPATEN BALANGAN', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12), pp. 5431–5439.
- Rifani, J. and Febriadi, H. (2021) 'KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN PADA PLASA TELKOM AMUNTAI AREA KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *INOVATIF*, 3(1).
- Setiawan, I. (2022) 'ANALISIS PELAYANAN IGD DALAM MERAWAT PASIEN SUSPECT CORONA VIRUS DI BLUD PAMBALAH BATUNG AMUNTAI', *Al Iidara Balad*, 4(1), pp. 41–48.
- Setiawan, I. and Zannah, R. (2022) 'PELAYANAN REHABILITASI PADA KANTOR BADAN NARKOTIKA NASIONAL KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *Al Iidara Balad*, 4(2), pp. 22–27.
- Urahmah, N. and Andri, A. (2023) 'KUALITAS PELAYANAN PEMBUATAN PASPOR DI UNIT KERJA IMIGRASI KELAS I TPI BANJARMASIN DI KABUPATEN BALANGAN', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(8), pp. 3233–3241.
- Ardane, N., Sofia Wijaya, N. M., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Scoot Fast Cruises Di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i01.p05>
- Irawan, Y. (2015). *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Smesco Mart Al-Hikam Kota Malang*. Universitas Brawijaya.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11),

951–952.

Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.

Putra, A. D., & Afandi, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Atria Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 432–437.

Sabarguna, B. S. (n.d.). *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit. Edisi Kedua*. Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Pelayanan; Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA PRESS.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*. Bayumedia Publishing.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian Edisi 2*. Andi.

Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Strategic marketing*. Yogyakarta: Publisher Andi.