

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo

Siti Lailatul Jannah¹, Amin Sadiqin²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

Citation: Jannah, S.L., & Sadiqin, A. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 2(1), 37-48.
<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/59>

Received: 14 Oktober 2021
Accepted: 25 Oktober 2021
Published: 13 November 2021

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2021 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

The purpose of this study was to examine the analysis of service quality on the level of customer satisfaction of PT. Pos Indonesia branch Wonoayu Sidoarjo. This research is quantitative research. Samples ss 50 respondents. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia branch Wonoayu Sidoarjo has dimensions of responsiveness, empathy, and assurance. The quality of service provided by PT. Pos Indonesia branch Wonoayu Sidoarjo is very good because it meets customer satisfaction. At the same time, in terms of form and reliability, the quality of the services provided is good, but there are still some shortcomings.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, TERRA Dimensions.

Abstrak.

Tujuan dari penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel sebanyak 50 responden pelanggan PT Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo memiliki dimensi responsiveness, empati dan assurance. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo sangat baik karena memenuhi kepuasan pelanggan. Pada saat yang sama, dalam hal wujud dan keandalan, kualitas layanan yang diberikan sudah baik, tetapi masih ada beberapa kekurangan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dimensi TERRA

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, pasar komersial menuntut setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, bahkan pada perusahaan jasa khususnya di bidang kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting bagi perusahaan yang bersangkutan, sehingga

memungkinkan perusahaan untuk terus berdiri dan berkembang dengan sempurna. Langkah yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas yaitu berusaha memahami dan memahami kebutuhan pelanggan. Berdasarkan umpan balik pelanggan, perusahaan akan dapat meningkatkan kualitas layanannya. Berdasarkan pemahaman karakteristik pelanggan, kualitas pelayanan prima dapat dikembangkan.

Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia adalah dengan menarik manfaat dan kegunaan produk melalui pembangunan, karena manusia secara langsung maupun tidak langsung melakukan kegiatan komunikasi yang melibatkan berbagai faktor. Mengenai kegiatan tersebut, Philip Kotler mengemukakan pernyataannya "Pertukaran adalah titik sentral kegiatan pemasaran. Seseorang berusaha memberikan nilai kepada orang lain. Melalui berbagai kelompok sosial dan individu, kelompok kecil, organisasi dan kelompok masyarakat lainnya, pertukaran, Dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Sebagian besar pemuasan kebutuhan dan keinginan manusia dicapai melalui pemasaran. Hal ini karena pemasaran menambah nilai kegunaan produk akhir, yaitu penggunaan waktu, penggunaan tempat, dan penggunaan ide. Oleh karena itu, fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan dan pergudangan/pengemasan dalam sistem pemasaran merupakan proses untuk meningkatkan nilai kegunaan produk.

Dari kedua penegasan di atas menunjukkan bahwa periklanan adalah suatu interaksi yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Selanjutnya, setiap individu atau organisasi akan berusaha agar barang yang dikirimkan dapat mengatasi masalah pasar dan mendominasi oposisi.

Upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi dan bisnis bahkan dengan persaingan, untuk lebih spesifik organisasi harus memiliki pilihan untuk memutuskan sistem yang tepat dengan membuat intensitas tinggi. Intensitas ini diperoleh ketika organisasi menangani latihannya secara efektif. Salah satu prosedur yang biasanya dilakukan oleh perusahaan di bidang pemasaran adalah dengan menawarkan jenis bantuan tambahan dari produk berikutnya sebagai sesuatu yang ekstra atau sebagai bentuk promosi penawaran. Mengenai latihan dalam menampilkan Philip Kotler memajukan pernyataannya, "Persaingan bukanlah antara apa yang diproduksi berbagai organisasi di pabrik mereka, tetapi antara apa yang mereka hasilkan dari fasilitas industri tersebut melalui bundling, administrasi, promosi, pertemuan klien, pembiayaan, pengiriman kursus tindakan, pergudangan, dan lain-lain yang dianggap signifikan." Akibatnya, organisasi administrasi perlu fokus pada unsur-unsur kualitas administrasi yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Fandy Tjiptono, ada lima komponen kualitas administrasi yang meliputi Substansial, Welas Asih, Ketergantungan, Responsiveness, dan Kepastian, yang diringkas sebagai Tanah. Untuk mengetahui apa saja kekurangan yang dirasakan klien terhadap pimpinan PT. Pos Indonesia Wonoayu Sidoarjo harus ditelaah dari beberapa sudut pandang, misalnya pemenuhan jabatan yang diberikan, keberadaan ruangan, kerapian ruangan, keberadaan pekerja hingga sikap perwakilan terhadap klien. Tanpa kita pahami, hal-hal kecil seperti itu mempengaruhi akomodasi klien ketika mereka akan melakukan pertukaran.

Kepuasan dan kekecewaan konsumen merupakan salah satu bagian dari keterlibatan klien dalam hal barang atau administrasi yang diiklankan. Mengingat pengalaman yang diperoleh, klien juga cenderung membuat kualitas-kualitas ini. Kemudian, dari nilai ini kita dapat dengan tegas mempengaruhi klien untuk melakukan pemeriksaan dengan pesaing dari produk atau layanan yang mereka temui. Jika satu perusahaan memberikan produk atau layanannya dengan kualitas

yang baik, itu diandalkan untuk dapat memenuhi asumsi klien dan akhirnya dapat menawarkan manfaat maksimal dan membuat kepuasan bagi kliennya dibandingkan dengan pesaing lain.

Persaingan ketat yang tidak dapat disangkal dan banjir mendasar yang tak terhindarkan pada pembeli (klien) layanan pengiriman paket adalah salah satu elemen yang harus menjadi fokus organisasi. Tidak hanya itu, organisasi perlu mengubah arahnya untuk menunjukkan arah (pembeli) untuk bersaing. Disusun ke pasar, menyiratkan secara konsisten fokus dan memikirkan kecenderungan pembeli (klien) dalam mengiklankan barang mereka kepada orang-orang pada umumnya.

Arti kualitas administrasi terpaku pada pemenuhan persyaratan dan keinginan pembeli. Sebagaimana ditunjukkan oleh Wyckof yang dikutip oleh Arief (2007), menyatakan bahwa "kualitas administrasi adalah sifat bantuan dan kebesaran yang normal dengan pengendalian untuk memenuhi keinginan klien".

Seperti yang ditunjukkan oleh Buchari (2005) mengungkapkan bahwa kualitas dapat dilihat dari sudut pandang pembeli dan pembuat. Jika dilihat dari sudut pandang pembuatnya, kualitas adalah item yang menyesuaikan rincian atau pedoman yang ditetapkan oleh organisasi. Sementara itu, bila dilihat dari sudut pandang pembeli, kualitas merupakan tandingan yang layak untuk digunakan. Dalam 10 tahun pentingnya nilai tentu lebih dilihat dari sudut pandang pelanggan, mengingat organisasi memahami bahwa daya tahan organisasi bergantung pada pembelinya.

Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Muhtosim (2007) menyatakan bahwa kualitas bantuan adalah derajat kebesaran yang normal dan kekuatan di atas derajat kebesaran yang dapat memenuhi keinginan klien. Ada dua faktor mendasar yang mempengaruhi kualitas administrasi, yaitu bantuan antisipasi dan administrasi gergaji. Jika bantuan yang diterima atau dilihat sesuai dengan asumsi, kualitas bantuan dianggap baik dan dapat diterima oleh kedua pemain.

Tujuan dari bisnis adalah untuk membuat udara terpenuhi untuk kliennya. Tjiptono (2005) menyatakan bahwa jika pembentukan loyalitas konsumen dapat memberikan beberapa keuntungan, akan ada hubungan yang bersahabat antara organisasi dan pembelinya, jika kita menawarkan bantuan yang besar kepada pembeli, itu akan membuat dedikasi dan struktur klien. sugesti informal (verbal). dari mulut ke mulut) yang bermanfaat bagi organisasi.

Engel, dkk dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa "loyalitas konsumen adalah tingkat pemenuhan yang dipilih bagaimanapun juga untuk memberikan (hasil) yang serupa atau melampaui asumsi klien". Kotler, et al (2004) menyatakan bahwa "loyalitas konsumen adalah tingkat sentimen individu yang telah dikontraskan dengan ekshibisi yang dirasakannya dikontraskan dan asumsinya".

Oliver dalam Sulistyono (2000) pada umumnya pemenuhan dikendalikan oleh ketidaksesuaian keinginan yang merupakan pemeriksaan antara eksekusi gergaji dan keinginan. Dari definisi di atas, cenderung disimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah kecocokan antara kerinduan dan presentasi yang diperoleh klien.

Menurut Tjiptono (2005) tidak banyak metodologi yang dapat dilakukan untuk mencapai dan memperluas loyalitas konsumen, antara lain: 1) Sistem periklanan sebagai relationship showcasing. Prosedur ini menjelaskan bahwa hubungan pertukaran antara organisasi spesialis dan klien akan terjadi terus-menerus, dan akan berakhir setelah kesepakatan selesai. Faktanya adalah hubungan yang berlarut-larut dengan klien pada premis yang berkelanjutan sehingga dapat diandalkan untuk menjadi bisnis yang berulang. 2) Sistem perawatan klien yang tak

tertandingi. Metodologi ini umumnya menawarkan bantuan yang lebih dominan daripada saingan bisnisnya. Untuk memahami keseluruhan ini membutuhkan aset yang sangat besar, kapasitas aset manusia dan usaha keras. Bagaimanapun, sebuah organisasi dengan bantuan utama akan mendapatkan lebih banyak manfaat dan tingkat perkembangan yang lebih tinggi daripada para pesaingnya yang menawarkan jenis bantuan dalam. 3) Prosedur jaminan administrasi tanpa syarat atau sertifikasi yang belum pernah ada sebelumnya. Dalam prosedur ini, untuk membangun loyalitas konsumen, organisasi administrasi dapat mendorong peningkatan administrasi ke administrasi pusat mereka, misalnya dengan merencanakan sertifikasi tersebut atau memberikan administrasi purna jual yang bagus. 4) gerutuan produktif mengurus metodologi. Penanganan keluhan yang produktif dapat memberikan kesempatan untuk mengubah klien yang kecewa menjadi klien yang puas. Kekecewaan bisa bertambah jika klien yang merengek merasa protesnya tidak diselesaikan seperti yang diharapkan. 5) Metodologi untuk meningkatkan pelaksanaan organisasi. Prosedur ini mencakup berbagai upaya, salah satunya adalah dengan selalu memeriksa dan memperkirakan pemenuhan, dan memberikan pendidikan dan persiapan yang diidentifikasi dengan surat-menyurat. 6) Melaksanakan pengaturan kapasitas mutu. Pengaturan kapasitas kualitas (QFD) adalah "tindakan perencanaan siklus untuk bereaksi terhadap kebutuhan klien". QFD berusaha untuk memberikan apa yang klien butuhkan untuk ukuran kemajuan produk terkecil yang mungkin untuk memberdayakan organisasi untuk mengutamakan kebutuhan klien, dan menghasilkan pengembangan untuk kebutuhan ini dan meningkatkan interaksi untuk mencapai kecukupan yang paling penting.

Retno Indriartiningtyias (2010), dengan eksplorasinya yang bertajuk "PENINGKATAN KUALITAS Administrasi PT. POS INDONESIA CABANG SADANG SERANG", permasalahan yang ada dalam pemeriksaan tersebut adalah: Dari setiap administrasi yang diklaim oleh PT Pos, terdapat administrasi pengganti. Dengan demikian, lalu lintas barang (administrasi bundel) merupakan administrasi PT Pos yang tidak ada penggantinya, karena barang yang dikirim oleh seseorang bersifat fisik dan barang tersebut harus berpindah tangan mulai dari satu tempat ke tempat berikutnya. Motivasi di balik eksplorasi ini adalah untuk membuat klien setia kepada administrasi bundel PT. Pos, penting untuk berkonsentrasi menentukan tingkat sifat dari administrasi bundel dengan memperkirakan loyalitas konsumen, kemudian, pada saat itu menyebabkan proposisi untuk pengembangan sehingga klien menjadi lebih terpenuhi. Strategi pemeriksaan yang digunakan oleh pencipta di penyelidikan ini adalah teknik penelitian konfirmasi. Teknik pengumpulan informasi yang digunakan yaitu rapat dan polling. Dari hasil rapat dan jajak pendapat yang diberikan kepada responden, sangat terlihat bahwa hasil pemeriksaan dapat diselesaikan sebagai berikut: sebagai aturan, sifat administrasi yang dibuat oleh PT. Pos X masih belum memenuhi kliennya. Sekitar 19 petunjuk bantuan, ada 6 penanda dengan kualitas paling buruk, termasuk penanda yang dapat Anda hubungi loket administrasi bundel secara efektif melalui telepon atau web, upaya resmi untuk menawarkan dukungan secara bertahap, PT. Pos berfungsi sesuai dengan jaminan waktu aktivitas yang tersedia, pejabat bereaksi cepat terhadap keluhan klien, PT. Pos melakukan perhitungan tarif tertentu, pejabat itu bermusuhan dan kurang ajar dalam menawarkan jenis bantuannya. Upgrade yang harus dilakukan oleh PT. Posko Cabang Sadang Serang adalah: Fisik a. Normalisasi waktu angkut bundel pos b. Melaksanakan global positioning framework untuk seluruh kabupaten di Indonesia c. Melaksanakan kerangka kerja estimasi pelaksanaan organisasi yang berisi kewenangan dan remunerasi d. Memperluas jumlah pekerja di cabang-cabang yang ramai e. Pemberian kantor mendapatkan barang dagangan untuk dikirim dengan tarif tambahan yang sesuai dengan jarak pengambilan barang. Non-Fisik a.

Memberikan data pajak yang jelas b. Memajukan kantor faks, telepon dan web yang ada c. Memfasilitasi masalah klien yang meminta perlindungan dan pejabat harus bersifat dinamis dalam memberikan perlindungan kepada klien, jika bukti klien memadai d. Pekerja pengembangan pribadi tentang pentingnya antusiasme perwakilan untuk kualitas sosial utama organisasi, khususnya bertanggung jawab untuk individu yang diinvestasikan dan mempertahankan jiwa kolaborasi pengumpulan.

Kasmad Ariansyah (2013) yang judul eksplorasinya adalah "Sifat Penatausahaan Dalam Negeri Ditjen Aset dan Perangkat Keras Pos dan Inovasi Data Di Dalam Sifat Pendampingan Ditjen Aset Dan Perlengkapan Pos Dan Informatika". Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Sifat Inward Assistance Ditjen Aset dan Perangkat Keras Pos dan Informatika Inner Help Nature Ditjen Aset. Strategi eksplorasi yang digunakan analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Strategi pemeriksaan dilengkapi dengan metode penelitian review dengan menyesuaikan survei kepada pekerja di lingkungan Ditjen SDPPI. Dampak eksplorasi tersebut adalah 1. Secara garis besar, berkas pemenuhan perwakilan di Direktorat Jenderal berkisar antara 0,51 – 0,65. Daftar pemenuhan pekerja dalam jangkauan tersebut termasuk dalam klasifikasi benar-benar terpenuhi. Dengan demikian sifat bantuan Ditjen SDPPI dalam klasifikasi yang sangat besar. Setelah semua dikatakan selesai, ada beberapa komponen administrasi internal yang penyajiannya dapat diterima dan harus dipertahankan, yaitu: a. Kewenangan b. Memberikan pendidikan dan persiapan kepada perwakilan c. Tempat kerja d. Korespondensi antar wakil, antar wakil dengan atasan dan antar unit kerja e. Perlengkapan dan Perangkat keras Kerja. Secara garis besar, ada tiga penanda yang memerlukan pertimbangan luar biasa untuk memperluas pemenuhan perwakilan, yaitu: a. Cara relasional otoritas untuk menangani perwakilan yang memiliki masalah yang mengganggu eksekusi b. Menyampaikan dan memadukan perubahan aransemen dan penanda eksekusi.

Edwin Japrianto, (2014), dengan judul eksplorasi "Penilaian Klien PT. Pos Indonesia Sejauh Pemenuhan, Kepercayaan dan Pertukaran Hambatan". Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana besarnya tingkat pengabdian klien PT. Pos Indonesia Sejauh Pemenuhan, Kepercayaan Klien dan Pertukaran Hambatan PT. Pos Indonesia. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membedah dampak kualitas semua dan melihat penghargaan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Pos Indonesia dan untuk melihat loyalitas konsumen tergantung pada kepercayaan kepercayaan pembeli dan batas-batas pertukaran. Hasil penyelidikan sebagian besar responden dalam pertemuan tersebut merasa senang dengan bantuan kredit yang disampaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, namun tingkat pemenuhannya masih di bawah 0,5 (setengah), hal ini berimplikasi pada presentasi PT. Pos Indonesia sejauh ini masih di bawah norma. Sehingga cenderung dianggap bahwa sebagian besar bantuan tersebut berasal dari PT. Posting adalah Sifat Perpisahan. Hal ini dikarenakan pameran PT Pos Indonesia selama ini memang memiliki pilihan untuk memenuhi asumsi bagi kliennya namun tidak melampaui asumsi bagi kliennya, sehingga dapat dikatakan bahwa presentasi PT. Pos. Hingga saat ini, Indonesia baru saja memenuhi pedoman persyaratan kliennya. Spesialis keempat Ryan Haryanto (2014), dengan judul eksplorasinya "Sifat Administrasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) KOTA DUMAI (Penelitian Kontekstual dalam Penataan Administrasi Pos). Masalah dalam eksplorasi ini adalah sarana yang digunakan untuk Sifat Bantuan PT Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai Dalam Menawarkan Jenis Pos Bantuan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sifat bantuan PT Pos Indonesia

(Persero) Kota Dumai dalam Menawarkan Jenis Pos Bantuan Penjelajahan Strategi yang digunakan dalam pengujian ini adalah pencerahan dengan pendekatan eksplorasi subjektif. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan adalah strategi pengumpulan informasi berdasarkan persepsi dan pertemuan. Akibat dari pemeriksaan Tergantung pada hasil yang didapat dalam percakapan yang didapat dari reaksi masyarakat setempat dan perwakilan terhadap sifat pendampingan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai dalam memberikan administrasi bundel pos, cenderung disimpulkan bahwa dalam keseharian sifat bantuan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai dalam memberikan administrasi bundel pos sudah berjalan dengan sangat baik yang terlihat dari petunjuk Substansial (bukti nyata) dimana dari hasil pertemuan dengan daerah yang mensurvei keberadaan struktur dan kantor dan pondasi dapat diakses dengan baik, untuk penanda Responsiveness (Ketanggapan). dimana para saksi menyatakan bahwa pejabat dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai secara konsisten siap memberikan data kepada klien yang membutuhkan, sejauh wawancara Konfirmasi (Assurance) dengan daerah setempat menilai telah diberikan kepastian bahwa bundel akan muncul di lokasi yang dituju dan dipastikan membayar jika sesuatu yang tidak diinginkan terjadi pada bundel. dikirim, dan sejauh Kasih Sayang (simpati) konsekuensi dari pertemuan dengan daerah menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai telah berjalan dengan baik yang terlihat dari petugas pos dalam fokus pada klien dan mengatur korespondensi yang baik dengan klien. Walaupun terkadang reaksi tersebut sangat dapat diterima, namun terkadang masih ada reaksi yang mengerikan dari para saksi dimana dari penanda Realibility daerah setempat sebagai salah satu sumber menyatakan belum berjalan secara positif, yang dapat dilihat dari bundel yang dikirim tidak muncul sesuai jadwal. Selain itu, petugas yang bertanggung jawab untuk mengurus bisnis tidak menunjukkan keramahannya, dan PT. Pos Kota Dumai belum sepenuhnya menjalankan SOP yang telah ditetapkan. Untuk petunjuk (Responsiveness) daerah setempat yang dijadikan sebagai aset individu survey bahwa pejabat dari PT. Pos tidak cukup responsif dalam mengelola keluhan dari klien.

Dedy Pratama P, Drs. Djoko Widodo, M.M, Titin Kartini, S.Pd, M.Pd (2015), dengan judul ujian Teknik PENINGKATAN SIFAT Administrasi PT. POS INDONESIA CABANG JEMBER KEPADA Pelanggan", Masalah dalam penyelidikan ini adalah untuk mengalahkan indikasi yang ada, misalnya perpindahan individu ke organisasi bantuan lain, PT. Pos Indonesia Cabang Jember sedang mencari sistem untuk melihat lubang yang tidak diklaim oleh pesaing bisnis lainnya sehingga dapat memberikan perubahan untuk memperbaiki sifat administrasi yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember saat ini. Motivasi di balik penyelidikan ini adalah untuk memutuskan metodologi yang digunakan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Jember untuk meningkatkan sifat administrasinya untuk Berdasarkan hasil eksplorasi dan percakapan yang telah dilakukan, para analis menduga bahwa PT Pos Indonesia Cabang Jember melakukan metodologi peningkatan barang dalam meningkatkan sifat administrasinya kepada pembeli, khususnya dari munculnya administrasi baru. pada jabatan yang diakui berdasarkan organisasi atau partisipasi, selain itu untuk meningkatkan mentalitas perwakilan, itu diakui melalui budaya CINTA POS diikuti oleh 3S (senyum, kabar baik, kabar baik) dan peningkatan kerangka pendukung melalui mesin pelapis, administrasi PC gratis untuk situs pos untuk memutuskan status produk yang telah dikirim apakah telah ditampilkan sampai pada tujuan mereka.

METODE PENELITIAN

Variabel eksplorasi adalah objek pemeriksaan suatu penyelidikan. Faktor-faktor penelitian ini diisolasi menjadi dua, yaitu variabel otonom dan variabel terikat. Variabel otonom (Faktor bebas). Faktor bebas dalam ujian ini adalah sifat administrasi di PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo (X). Penanda yang digunakan untuk mengukur sifat administrasi adalah bukti nyata (Tangibles), kualitas tak tergoyahkan (Dependability), (Responsiveness), Konfirmasi (Afiriasi) dan Pertimbangan (Emphaty). Variabel terikat (variabel bawahan). Di penelitian ini variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen (Y), khususnya tingkat kecenderungan loyalitas konsumen dalam penggunaan jasa administrasi di PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo.

Populasi dalam pemeriksaan ini adalah klien PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Sasaran masyarakat yang ideal adalah ketika pembeli atau klien telah menjadi klien di PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Contoh dalam pemeriksaan ini yang dipandang sebagai pendelegasian dan mencerminkan sifat-sifat penduduk adalah 50 responden. Contoh dalam pemeriksaan ini diambil adalah klien PT. Pos Indonesia Wonoayu cabang Sidoarjo dari bulan April sampai Mei (2 bulan). Di penelitian ini, prosedur untuk pengujian adalah pemeriksaan bertujuan. Pengujian bertujuan adalah prosedur pemeriksaan dengan perencanaan tertentu.

Petunjuk untuk mendapatkan informasi yang didapatkan pada penilaian pencipta menggunakan teknik untuk survei, pertemuan dan dokumentasi.

Pendekatan terbaik untuk membedah informasi dalam penyelidikan ini adalah strategi pemeriksaan hubungan Item Kedua. Penelitian ini digunakan untuk memutuskan seberapa kuat hubungan antara kualitas administrasi sebagai faktor bebas dan loyalitas konsumen sebagai variabel terikat. Pemeriksaan dapat digunakan dengan model investigasi Sambungan Langsung (Item Kedua).

Kesempurnaan ujian dapat diperoleh jika ada ujian teori yang sudah dibuat. Uji spekulasi menggunakan uji t.

Dalam uji-t, analisis menggunakan uji dua sisi untuk mengetahui derajat makna dari $\alpha = 5\%$ (Jika pengujian dilakukan pada 2 sisi, pemeriksa dapat melihat ada tidaknya hubungan kritis, sedangkan pengujian dilakukan dengan 1 sisi, analisis dapat menemukan hubungan yang lebih sederhana atau lebih besar dari pengujian).

Dalam menetapkan suatu pilihan pada tingkat kepentingan ada sedikit penolakan terhadap teori sebanyak 5%. Langkah awal menentukan t hitung, kemudian tahap selanjutnya adalah menentukan t tabel dengan melihat t tabel pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan tingkat peluang (df) = n-2 dan langkah terakhir adalah menganalisis nilai t cek dan t tabel. Ini adalah aturan untuk menguji teori:

1. Dalam hal t cek > t tabel, teori yang tidak valid (H0) akan ditolak dan spekulasi yang berfungsi (H1) diakui.
2. Dengan asumsi t cek < t tabel, spekulasi yang tidak valid (H0) akan diakui dan teori fungsi (H1) ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini terdapat gambaran dari setiap faktor, khususnya kualitas administrasi (X) dan loyalitas konsumen (Y) sehingga pengujian grafik rate dapat diselesaikan sebagai berikut:

Dalam mengungkap hakikat pendampingan klien di PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo menggunakan 10 pertanyaan dan setiap pertanyaan diberi skor antara 5 sampai 1.

Tabel 1

Kualitas pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Wonoayu Cabang Sidoarjo Seperti yang Ditunjukkan oleh Responden

No	Kriteria	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Baik	11	22
2.	Baik	25	50
3.	Cukup Baik	14	28
4.	Tidak Baik	0	0
Total		50	100

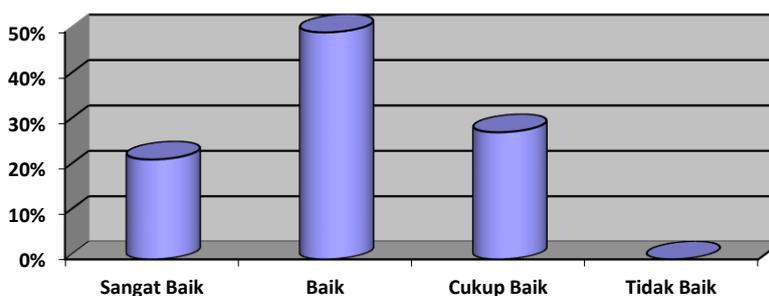
Sumber: Informasi Penting

Tabel di atas menandakan bahwa mayoritas jawaban responden berkenaan dengan dukungan yang berkualitas pada PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo dipesan sebanyak-banyaknya mengingat jumlah orang yang ada 25 orang (setengah), sedangkan jawaban responden sedikit mengenai sifat administrasi di PT. Pos Indonesia Wonoayu cabang Sidoarjo diurutkan seburuk-buruknya dengan jumlah 0 individu (0%).

Informasi tentang sifat bantuan klien PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo untuk tambahan seluk-beluknya dapat dilihat dari diagram batang terlampir:

Gambar 1

Tingkat Bantuan Klien Kualitas PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo



Dilihat dari gambar diatas menunjukkan bahwa sifat administrasi pada PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo yang menyatakan sangat baik adalah setengah (25 individu), sedangkan individu yang menyatakan sangat baik sebanyak 28% (14 individu), dan individu yang menyatakan sangat baik sebanyak 22% (11 individu) dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat buruk.

Untuk menyingkap loyalitas konsumen kepada klien pada PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo menggunakan 10 pertanyaan dan setiap pertanyaan diberi skor antara 5 sampai 1.

Tabel 2

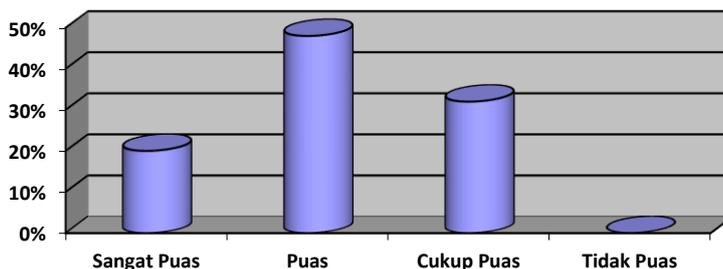
Kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo

No	Kriteria	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Puas	10	20
2.	Puas	24	48
3.	Cukup Puas	16	32
4.	Tidak Puas	0	0
Jumlah		50	100

Sumber: Informasi Penting

Tabel di atas menandakan sebagian besar jawaban responden melihat loyalitas konsumen yang tergolong terpenuhi adalah 24 individu (48%), sedangkan jawaban responden mengenai loyalitas konsumen pada PT. Pos Indonesia Wonoayu cabang Sidoarjo disusun sebagai kecewa ditambah hingga 0 orang (0%).

Informasi tentang Kepuasan Pelanggan PT. Selengkapnya Pos Indonesia Wonoayu cabang Sidoarjo dapat dilihat dari grafik batang berikut :



Dilihat dari gambar di atas, responden yang mengomunikasikan pemenuhan dengan administrasi PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo sebanyak 48% (24 individu), sedangkan individu yang menyatakan sangat terpenuhi sebanyak 32% (16 individu), dan individu yang menyatakan sangat terpenuhi sebanyak 20% (10 individu) dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak senang dengan bantuan tersebut. administrasi PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo.

Jika pengujian menggunakan insight, cenderung merinci teori invalid (Ho) “dinilai bantuan tidak berdampak positif dan besar terhadap loyalitas pembeli pada PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo. “ dan (H1) “dinilai bahwa sifat bantuan berpengaruh positif dan besar terhadap loyalitas konsumen PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo”.

Untuk menguji teori, investigasi hubungan Product Moment (Korelasi Sederhana) digunakan. Tabel untuk mengatur estimasi koefisien koneksi yang dinilai adalah sebagai berikut.

Persamaan dan estimasi yang diperlukan untuk menguji hubungan antara kualitas administrasi dan loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \\
 &= \frac{50(40885) - (1090)(1095)}{\sqrt{50(40812) - (1090)^2} \sqrt{50(41359) - (1095)^2}} \\
 &= 0,86
 \end{aligned}$$

Dimana

- rx_y : Koefisien korelasi
- X : Kualitas pelayanan
- Y : Kepuasan pelanggan

Setelah uji korelasi, koefisien hubungan harga atau $r_{xy} = 0,864$, yang berarti bahwa hubungan antara kualitas administrasi dan loyalitas konsumen sangat kuat mengingat harga r_{xy} mendekati 1. Ini akan sangat membangun hubungan yang solid. hubungan kualitas administrasi dengan loyalitas konsumen di PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Sedangkan jalannya hubungan bersifat positif dengan alasan nilai r positif, sehingga semakin tinggi kualitas bantuan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen.

Dalam pengujiannya digunakan uji dua sisi dengan derajat kepentingan 5% = α . Jadi signifikansi keadaan saat ini adalah bahwa kita menghadapi risiko besar dalam memutuskan untuk mengabaikan teori yang benar sebesar 5% (mengingat bahwa pentingnya 0,05 atau 5% sering tidak dapat dibedakan dari ukuran standar yang digunakan dalam pengujian). Untuk memutuskan t hitung dapat menggunakan persamaan berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1 - r^2}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi sederhana

n = Jumlah data / responden

Jadi t pertimbangankan dapat ditemukan berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ hitung} &= 0.864 \cdot \frac{\sqrt{50-2}}{\sqrt{1-0,864}} \\ &= 0.864 \cdot \frac{6.928}{0,369} \\ &= 16,22 \end{aligned}$$

Untuk t tabel yang dicari pada t tabel diperoleh = 5% : 2 = 2,5% (uji dua sisi) dan df = n - 2 atau 50 - 2 = 48. Pada uji dua sisi (kepentingan = 0,025) untuk hasil t tabel sebesar 2,011.

Standar tes sebagai berikut:

H0 ditolak jika t cek > t tabel

H0 diakui apakah t cek < t tabel

Akibat dari korelasi t matematis dengan t tabel adalah t number juggling > t tabel (16,22 > 2,011) dan P esteem < 0,05 (0,000 < 0,05) maka pada saat itu H0 ditolak dan sebaliknya jika H1 diakui Secara keseluruhan terdapat hubungan atau dampak yang sangat penting antara administrasi terhadap loyalitas konsumen pada PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Karena juggling angka t dianggap pasti, hal ini menyiratkan bahwa sifat administrasi memiliki hubungan yang positif dan besar dengan loyalitas konsumen.

Dari hasil investigasi hubungan dasar, dapat dilihat bahwa kualitas bantuan berdampak pada loyalitas konsumen. Sangat baik terlihat dari hasil koneksi dimana r = 0,864. Selanjutnya hasil dari koneksi tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat antara kualitas administrasi dan loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia Wonoayu Cabang Sidoarjo telah unggul dalam hal melengkapi sifat administrasi dengan baik dan menggugah hati para kliennya.

Kotler pernah berkata bahwa perluasan loyalitas konsumen dapat terjadi jika organisasi dapat meningkatkan pertemuan klien yang luar biasa dan membatasi pengalaman klien yang tidak menyenangkan. Untuk meningkatkan kualitas administrasi cenderung dimulai dari menjawab kebutuhan klien dan diakhiri dengan wawasan klien karena dapat memperluas nilai yang didapat klien dalam setiap komunikasi dengan organisasi, dengan cara ini organisasi akan lebih berpengaruh untuk membangun tingkat pemenuhan, dan mengarah pada fleksibilitas klien lebih tinggi. Jika klien bertahan karena mereka nyaman dengan harga dan kenyamanan yang mereka dapatkan, mereka akan menjadi klien setia, untuk membangun kekuatan pembelian mereka, klien dapat meresepkan untuk orang yang dicintai.

Secara komprehensif, sifat administrasi merupakan faktor utama untuk memperoleh tingkat loyalitas konsumen yang lebih tinggi. Dengan kualitas bantuan yang baik, minat klien akan tumbuh kembali untuk menggunakan layanan yang telah mereka gunakan, dan sebaliknya. Hal ini terlihat dari konsekuensi uji konkuren dengan memperoleh r = 0,864, t hitung > t tabel (16,22 > 2,011) dan P esteem < 0,05 (0,000 < 0,05) yang berarti bahwa kualitas bantuan secara bersama-sama akan mempengaruhi loyalitas konsumen atau ada merupakan dampak penting antara kualitas administrasi dan loyalitas konsumen.

Jenis dampak antara kualitas administrasi terhadap loyalitas konsumen adalah dampak positif, jika berdampak positif semakin baik kualitas bantuan maka semakin tinggi derajat loyalitas konsumen. Sehingga cenderung diduga bahwa variabel kualitas bantuan pada PT. Pos Indonesia

Cabang Wonoayu Sidoarjo, ketika loyalitas konsumen berkembang maka akan membangun loyalitas konsumen dan sebaliknya jika variabel kualitas bantuan pada PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo menurun, sehingga loyalitas konsumen juga akan berkurang.

SIMPULAN DAN SARAN

Ada pengaruh positif dan besar kualitas administrasi terhadap loyalitas konsumen PT. Pos Indonesia cabang Wonoayu Sidoarjo. Telah dibuktikan bahwa nilai koefisien koneksi (r_{xy}) adalah 0,864, sedangkan konsekuensi dari t diperoleh dengan t hitung $>$ t tabel ($16,22 > 2,011$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diakui. Maka teori yang meneliti "kualitas bantuan yang ditegaskan akan berdampak positif dan kritis terhadap loyalitas konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo" dibuktikan dan diakui.

Ide dari pencipta untuk efek samping dari penyelidikan ini adalah bahwa PT. Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo harus menjaga sifat administrasinya, dan memperhatikan keberatan klien dengan sungguh-sungguh dan harus memiliki disposisi responsif atau tanggap terhadap kebutuhan klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dira Ernawati, M. M. (2016). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Service Quality (Ervqual) Fuzzy Di PT. Pos Indonesia Sidoarjo. *Tekmapro: Journal of Industrial Engineering and Management*, 11(1). Diambil dari <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/tekmapro/article/view/584/464>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran edisi milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Oktaviani, P., Utami, S., & Susanto, B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(1). Diambil dari <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/download/283/218>
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 90-104. Diambil dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/28204/27180>
- Sumarna, D. L., & Faisal, M. (2020). Pengukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Logistik Bisnis*, 10(1), 52-55. Diambil dari <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/download/696/512/1600>
- Suryabrata, S. (2001). *Psikologi Kepribadian*. Cetakan ke 4. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.
- Worung, G. L., Pelleng, F. A., & Keles, D. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Pos Indonesia Cabang Tanawangko. *Productivity*, 1(5), 430-435. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/30802/29582>
- Zuraidah, E. V. A. (2021). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, 8(2),

15-22. Diambil dari <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/download/3702/1800>