

## Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada PT.Pos Indonesia (Persero)

Izma Oktaviana<sup>1</sup>, Novia Indah Lestari<sup>2</sup>

[izmaoktaviana19@gmail.com](mailto:izmaoktaviana19@gmail.com)<sup>1</sup>, [noviaindahl@unsera.ac.id](mailto:noviaindahl@unsera.ac.id)<sup>2</sup>

Program Pendidikan Vokasi Universitas Serang Raya

### Abstrak

---

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan agar pelanggan selalu setia terhadap perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Cipanas, dilihat dari lima variabel kualitas pelayanan (*Tangible, Emptahy, Reliability, Responsipeness, Assurance*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung PT.Pos Indonesia (Persero) Cabang Cipanas. Jumlah sampel yang dteliti adalah 100 responden. Untuk menentukan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis pembahasan ini bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk variabel *Reliability, Responsipeness, dan Assurance* kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos Indonesia Cabang Cipanas sudah sangat cukup baik karena telah sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan pada *Tangible* dan *Empathy* kualitas pelayanan yang diberikan masih memiliki beberapa kekurangan. Penataan ruangan dan ketepatan tata letak dapat meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

---

*Customer satisfaction is one of the goals to be achieved by every company so that customers are always loyal to the company. The purpose of this study was to determine the level of service quality and customer satisfaction of PT. Pos Indonesia (Persero) Cipanas Branch office, five variables of service quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance). The population in this study is all visitors to PT. Pos Indonesia (Persero) Cipanas Branch office. The number of samples was 100 respondents. To determine the sample using the non-probability sampling method with the incidental sampling method. Data collection techniques using a questionnaire. The analysis of this discussion is descriptive. The results of this study indicate that for the variables of Reliability, Responsiveness, and Assurance, the quality of service provided from PT. Pos Indonesia (Persero) Cipanas Branch office is very good because it is in accordance with customer expectations. While in Tangible and Empathy the quality of service provided still has several shortcomings. The arrangement of the room and the accuracy of the layout can improve the quality of service.*

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction

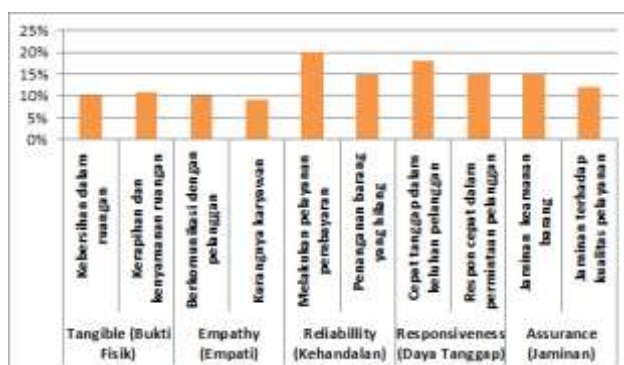
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi serta kualitas pelayanan dan produk sangat menentukan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan (Ayu & Slamet, 2015)

Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT.Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki *brand image* yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya.

PT. Pos Indonesia Cabang Cipanas dipilih sebagai objek penelitian dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Cipanas dirasa kurang optimal sehingga pelanggan merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan observasi, kualitas layanan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk dengan hasil sebagai berikut :



**Gambar 1.1 Hasil observasi awal variabel kualitas layanan**

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa dari seluruh pernyataan yang diajukan kepada konsumen masih mendapatkan hasil di bawah 20% yang artinya masih kurang baik. Salah satu penyebabnya adalah pada pelayanan di bagian customer service karyawan yang bertugas hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebesar 20 orang per hari ke customer service untuk menanyakan beberapa hal yang masih belum dimengerti atau melakukan cap stempel untuk beberapa urusan yang membutuhkan cap dari kantor pos. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 1 di customer service menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 5 menit hingga 10 menit untuk bertemu. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Bapak Sakar selaku pengirim Kantor Pos Cipanas, beliau mengatakan bahwa permasalahan yang sering muncul dalam bidang pengiriman paket yaitu pelaksanaan pengiriman yang berakhir pada keterlambatan. Paket Pos Kilat Khusus

yang memberikan layanan prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia dalam jaminan waktu 4 hari penyerahan kiriman yang pada pelaksanaannya terkadang terjadi hambatan yang berakhir pada keterlambatan. Permasalahan juga sering terjadi pada paket kiriman biasa ataupun paket kiriman dari atau ke luar negeri yang terkadang terhambat karena proses pemeriksaan oleh bea cukai ataupun karena wilayah yang dituju sukar untuk ditempuh yang pada akhirnya menjadi permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT Pos Indonesia itu sendiri.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Cipanas?
2. Seberapa besar kepuasan yang dirasakan konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Cipanas?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Kualitas Layanan**

Menurut (Kotler & Keller, 2009) dalam (Hartono, 2013) Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut (Fandy Tjiptono, 2008) kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi harapan pelanggan. (Fandy Tjiptono, 2012) menjelaskan bahwa Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan mencetuskan SERVQUAL (*Service Quality*). Servqual ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang di terima. Servqual memiliki 5 unsur, diantaranya adalah:

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik) : Bukti fisik berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Pelanggan selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat produk/jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan produk/jasa itu sendiri.
- 2) *Empathy* (Empati) : Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah mengerti keinginan pelanggan, hal ini tidak boleh diremehkan. Perhatian karyawan sangat dibutuhkan oleh pelanggan termasuk dalam hal memahami keinginan pelanggan hal tersebut akan memberikan nilai positif dalam perusahaan
- 3) *Reliability* (Kehandalan) : yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa pengiriman maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang staff mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah penanganan barang hilang dengan cepat.

- 4) *Responsiveness* (Daya Tanggap) : Daya tanggap berkenan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia layanan atau karyawan dalam membantu konsumen. Hal ini dapat dilihat dari keramahan karyawan, reaksi terhadap keluhan pelanggan, kesediaan memberikan informasi, dan respon terhadap pelanggan.
- 5) *Assurance* (Jaminan) : Jaminan berkenan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan (*confidence*). Unsur ini sangat penting karena melibatkan persepsi pelanggan terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan perusahaan. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan pelanggan melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Dalam hal ini adalah profesionalisme karyawan terhadap masalah, keterampilan dan pengetahuan karyawan, dan jaminan terhadap barang.

## **2.2 Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Kotler & Keller, 2009) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performa produk terhadap ekspektasi pelanggan. Jika performa tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika performa memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Menurut (Rambat Lupiyoadi, 2008). Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
4. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Penelitian terdahulu yang diteliti Kaihatu (2008) dalam (Ayu & Slamet, 2015) menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan dimensi daya tanggap, kehandalan, empati, jaminan dan bukti fisik dapat menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Marga Citrawan, 2013) dengan hasil bahwa dimensi daya tanggap, empati dan jaminan pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas.

## **METODE**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebar dari bulan mei hingga juni 2021 kepada sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Pos Indonesia Cabang Cipanas Rangkasbitung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *insidental sampling* dengan jumlah 100 sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini jumlah sampel responden untuk pelanggan PT.Pos Indonesia Cabang Cipanas sebanyak 100 sampel. Dalam mengisi kuesioner, responden diminta untuk memberikan identitas diri sebagai penunjang data. Dimana identitas diri meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut adalah tabel dari karakteristik responden:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden**

	Jumlah	Presentase
<b>Usia</b>		
≤20 tahun	20	20%
20-40 tahun	65	65%
≥40 tahun	15	15%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki – laki	60	60%
Perempuan	40	40%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMP	20	20%
SMA/ Sederajat	50	50%
Perguruan Tinggi	30	30%
<b>Pekerjaan</b>		
Wiraswasta	43	43%
ibu rumah tangga	30	30%
pelajar/mahasiswa	15	15%
lain-lain	12	12%

### 4.2 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari 5 variabel yaitu *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Adapun lebih detailnya, peneliti menjelaskan dalam bentuk tabel disertai pemaparan dan kesimpulan dari hasil jawab responden. Pemaparan mengenai sesuai dengan indikator-indikator pernyataan, sehingga akan terlihat beberapa penafsiran dalam menguraikan jawaban responden yang berbeda tergantung dari indikator-indikator pernyataan. Seperti Sangat Baik, Baik, Cukup, Kurang Baik, Sangat Tidak Baik. Setelah itu hasil penilaian dihitung skor nya dan dikelompokan berdasarkan skor idealnya. Selanjutnya semua jawaban responden dijumlahkan dan dimasukkan kedalam rating scale dan ditentukan daerah jawabannya. Uraian lebih lanjut bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 Skor untuk Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup	3
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono, 2012

Untuk menghitung jumlah skor ideal (kriteria) dari seluruh item, digunakan rumus berikut, yaitu:

$$\text{Skor Kriteria} = \text{Nilai Skala} \times \text{Jumlah responden}$$

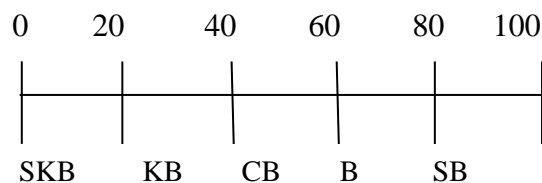
Seandainya skor tertinggi adalah 5 dan jumlah responden 20, maka dapat dirumuskan menjadi :

**Tabel 4.3 Skor Ideal**

Rumus	Skala
$5 \times 20 = 100$	SB
$4 \times 20 = 80$	B
$3 \times 20 = 60$	CB
$2 \times 20 = 40$	KB
$1 \times 20 = 20$	SKB

Sumber Sugiyono (2012, 93)

Selanjutnya, skor yang telah diperoleh kemudian dimasukkan kedalam rating scale berikut ini:



Sumber Sugiyono (2012, 93)

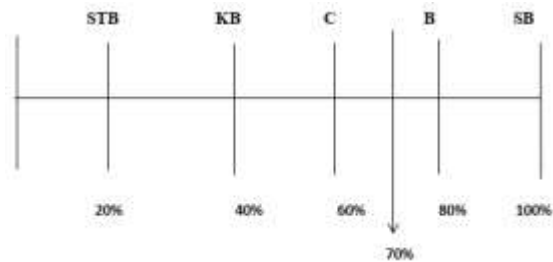
### 1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Terdapat 5 pernyataan yang berhubungan dengan indikator *tangible*, diantara lain yang paling banyak menjawab yaitu pernyataan desain dan penataan ruangan pelayanan cabang cipanas sudah rapih. Responden menjawab sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Deskriptif *Tangible* (Bukti Fisik)**

Bobot Nilai	
Sangat Baik	1000
Baik	852
Cukup	228
Kurang Baik	22
Sangat Tidak Baik	0

Jumlah	2102
Skor Tertinggi	2500
Skor Terendah	500
Jumah	3000
Kp(%)	<b>70,06666667</b>



**Gambar 4.1 Rating Scale *Tangible* (Bukti Fisik)**

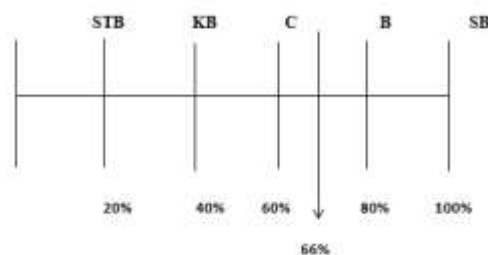
Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa hasil rata- rata skor dari jawaban responden sebesar 70% yang artinya berada di posisi cukup baik dan belum maksimal. Hal ini dikarenakan desain dan penataan ruangan pelayanan kurang, sehingga membuat pelanggan tidak leluasa. Selain itu tempat tunggu seperti kursi masih kurang sehingga konsumen sering lelah karena berdiri terlalu lama.

**2. *Empathy* (Empati)**

Terdapat 5 pernyataan yang berhubungan dengan indikator *empathy*, persentase paling tinggi terdapat pada pernyataan karyawan kantor pos sangat interaktif dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Berikut adalah hasil dari jawaban responden :

**Tabel 4.5 Hasil Deskriptif *Empathy* (Empati)**

Bobot Nilai	
Sangat Baik	660
Baik	948
Cukup	330
Kurang Baik	40
Sangat Tidak Baik	1
Jumlah	1979
Skor Tertinggi	2500
Skor Terendah	500
Jumah	3000
Kp(%)	<b>65,96666667</b>



**Gambar 4.2 Rating Scale *Empathy* (Empati)**

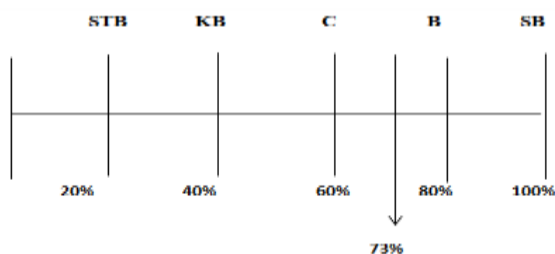
Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban responden pada dimensi *empathy* sebesar 66% yang artinya cukup. Hal ini dikarenakan kurangnya karyawan yang ada di kantor pos cipanas sehingga konsumen masih sulit untuk melakukan komunikasi dengan karyawan untuk mengeluhkan masalah yang terjadi sehingga penanganan kritik dari konsumen masih kurang baik.

**3. *Reliability* (Kehandalan)**

Terdapat 6 pernyataan yang berhubungan dengan indikator *reliability*, persentase tertinggi terdapat pada pernyataan karyawan sangat handal dalam mengatasi masalah barang yang hilang. Berikut merupakan hasilnya :

**Tabel 4.6 Hasil Deskriptif *Reliability* (Kehandalan)**

Bobot Nilai	
Sangat Baik	1575
Baik	896
Ragu Ragu	168
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	4
Jumlah	2645
Skor Tertinggi	3000
Skor Terendah	600
Jumah	3600
Kp(%)	<b>73,47222222</b>



**Gambar 4.3 Rating Scale *Reliability* (Kehandalan)**

Pada tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa hasil rata- rata jawaban responden pada dimensi *reliability* sebanyak 73% artinya cukup baik. Hal ini sudah dijelaskan pada indikator *empathy* walaupun kurangnya karyawan, kantor pos cabang cipanas cukup handal dalam melakukan semua pekerjaannya terutama dalam penanganan barang yang hilang yaitu dengan melaporkannya langsung ke pusat.

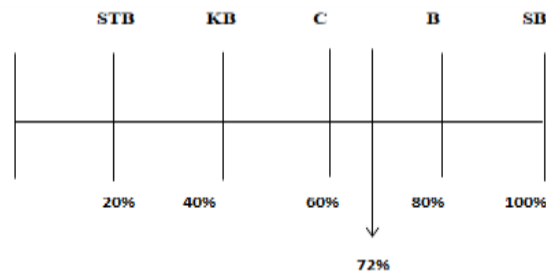
**4. *Responsiveness* (Daya Tanggap)**

Terdapat 5 pernyataan yang berhubungan dengan indikator *responsiveness*, persentase tertinggi berada pada pernyataan karyawan selalu sedia memberikan informasi terhadap pelanggan. Responden menjawab sebagai berikut:



**Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Responsiveness (Daya Tanggap)**

Bobot Nilai	
Sangat Baik	1050
Baik	908
Ragu Ragu	189
Kurang Baik	0
Sangat Tidak Baik	0
Jumlah	2147
Skor Tertinggi	2500
Skor Terendah	500
Jumah	3000
Kp(%)	<b>71,56666667</b>



**Gambar 4.4 Rating Scale Responsiveness (Daya Tanggap)**

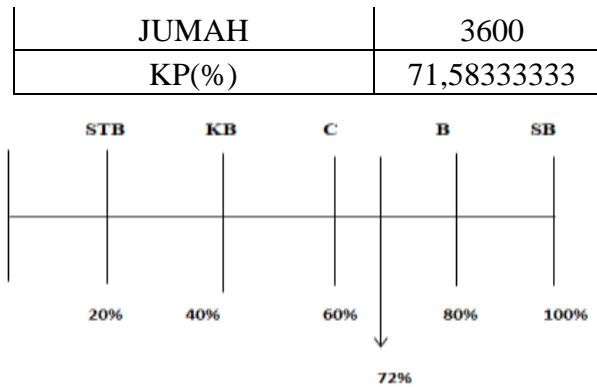
Pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa hasil rata- rata jawaban responden pada dimensi *responsiveness* sebanyak 72%. Hal ini dikarenakan kurangnya karyawan bagian *customer service* di kantor pos cabang cipanas sehingga konsumen merasa kurang diperhatikan terkait kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen. Selain itu konsumen merasa karyawan di kantor pos masih kurang tanggap dalam merespon keluhan yang dialami konsumen.

**5. Assurance (Jaminan)**

Terdapat 6 pernyataan yang berhubungan dengan indikator *assurance*, persentase tertinggi terdapat pada pernyataan kantor pos cabang cipanas menjanjikan keamanan barang selama proses pengiriman. Berikut adalah hasil rekapitulasinya :

**Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Assurance (Jaminan)**

BOBOT NILAI	
SANGAT BAIK	1410
BAIK	928
RAGU RAGU	210
KURANG BAIK	26
SANGAT TIDAK BAIK	3
JUMLAH	2577
SKOR TERTINGGI	3000
SKOR TERENDAH	600



**Gambar 4.5 Rating Scale Assurance (Jaminan)**

Pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa rata- rata skor pada dimensi *assurance* sebesar 72%. Artinya pada dimensi ini sudah cukup baik, contohnya pada karyawan pengirim kantor pos cabang cipanas yang sangat menjaga paket para pelanggannya hingga sampai ke tangan pelanggan dengan baik. Hal ini menjadikan pelanggan puas dengan pelayanan kantor pos cabang cipanas.

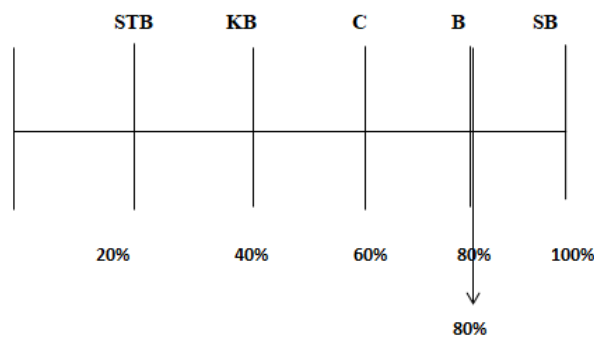
Berdasarkan perhitungan persentase, rata-rata dan nilai skor untuk kelima dimensi yakni *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance* dari kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos Indonesia Cabang Cipanas sudah cukup baik karena telah sesuai dengan Harapan Konsumen namun masih memiliki beberapa kekurangan dan harus segera diperbaiki agar kualitas pelayanan di kantor Pos Cabang Cipanas bisa meningkat dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen kantor Pos.

## 6. Kepuasan Pelanggan

Pernyataan terhadap kepuasan pelanggan terdapat 2 yaitu pertama, puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor pos cabang cipanas, kedua puas terhadap harga produk dan jasa yang ada dikantor pos cabang cipanas. Responden menjawab sebagai berikut.

**Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Kepuasan Pelanggan**

BOBOT NILAI	
SANGAT BAIK	820
BAIK	144
RAGU RAGU	0
KURANG BAIK	0
SANGAT TIDAK BAIK	0
JUMLAH	964
SKOR TERTINGGI	1000
SKOR TERENDAH	200
JUMLAH	1200
KP(%)	<b>80,33333333</b>



Gambar 4.6 Rating Scale Kepuasan Pelanggan

Pada tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa respoden puas terhadap harga produk dan jasa yang ada dikantor pos cabang cipanas , persentase rata- rata jawaban responden terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 80%. Hal ini bisa dilihat dari harga produk sangat terjangkau dibanding dengan harga diluar kantor pos.

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Begitu sama halnya dengan kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Cipanas cukup puas karena dari segi kualitas pelayanan dan harga sesuai keinginan pelanggan.

Berdasarkan hasil diatas, maka untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Kantor Pos Cabang Cipanas dengan menambah karyawan kantor pos cabang. Meskipun pelanggan sudah merasa cukup terhadap apa yang telah diberikan oleh karyawan, PT. Pos Indonesia Cabang Cipanas harus selalu meningkatkan pelayanannya yang diberikan. Dapat juga diterapkannya sistem antrian, misalnya dengan diberi nomor antrian sehingga pelanggan dapat tertib dan pelayanannya dapat dilakukan dengan cepat.

### SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terhadap lima variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Cipanas, maka hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada perhitungan persentase, rata-rata dan nilai skor untuk variabel *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos Indonesia Cabang Cipanas sudah cukup baik. Sedangkan pada *Tangible* dan *Empathy* kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik namun masih memiliki beberapa kekurangan. Pada variabel *Tangible* untuk meningkatkan penataan ruangan dan ketepatan tata letak. Dan aspek *Empathy* lebih ditingkatkannya jumlah karyawan agar mempermudah pelanggan berkomunikasi dengan karyawan kantor pos cabang cipanas. Hal ni menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen terbesar terletak pada variabel *Tangible* dan *Empathy*
2. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 80%. Dengan hal ini konsumen PT.Pos Indonesia cabang cipanas cukup puas karena dari segi pelayanan dan harga sesuai dengan harapan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, M., & Slamet, A. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan mengenai Kualitas Pelayanan Astra Motor Slawi di Kabupaten Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(4), 318–325. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8884>

Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset.

Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Hartono, A. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya. *Encyclopedia of Systems Biology*, 1646–1646.

Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Marga Citrawan. (2013). *Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Terang Motor Semarang*.

Rambat Lupiyoadi. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

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