

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG KANTOR POS SEMARANG)**

**Yuni Rosa Indah<sup>1</sup>, dan Sri Suryoko<sup>2</sup>**  
[yuni.rosa29@gmail.com](mailto:yuni.rosa29@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The success of a company depends on several components that are interconnected and mutually supportive of one another. These components are the quality of service and customer satisfaction. There are five dimensions of characteristics that can be used to measure and assess the extent to which the company is able to provide quality services related to customer satisfaction, namely: reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible.*

*This study aims to identify and analyze how much influence the quality of service to the level of satisfaction experienced by customers who use the services of Post Office Semarang.*

*The study method used in this study is the method of interviews, questionnaires, and literature study using a Likert scale and the sampling method used was accidental sampling of 100 samples. The analytical method used was simple and multiple method regression analysis.*

*Based on the result analysis, variable the reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible, have a positive influence of the customer satisfaction. Variable empathy have the most influence is as much as 39,8%. Variable tangible have influence of 39%, Variable reliability have influence of 32,9%, Variable responsiveness have influence of 24,4% and variable assurance have influence of 35,9%. Simultaneously a variable the reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible, having contributions amounting to 72,2% of the customer satisfaction.*

**Keywords:** *customer satisfaction, service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible.*

**ABSTRAK**

Keberhasilan sebuah perusahaan tergantung kepada beberapa komponen yang saling berkaitan dan saling mendukung satu sama lain. Komponen tersebut adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Ada lima dimensi karakteristik yang dapat digunakan untuk mengukur dan menilai sejauh mana perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan terkait dengan kepuasan pelanggan, yaitu : kehandalan, daya tanggap, jaminan empati dan bukti fisik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh

<sup>1</sup>Yuni Rosa Indah, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [yuni.rosa29@gmail.com](mailto:yuni.rosa29@gmail.com)

<sup>2</sup>Dra. Sri Suryoko, M. Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

pelanggan yang menggunakan jasa Kantor Pos Semarang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi linear berganda, dengan uji validaitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan, daya tanggap, jaminan empati dan bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Variabel empati mempunyai pengaruh paling besar yaitu sebesar 39,8%. Variabel bukti fisik mempunyai pengaruh sebesar 39%, variabel kehandalan mempunyai pengaruh sebesar 32,9%, variabel daya tanggap mempunyai pengaruh sebesar 24,4%, variabel jaminan mempunyai pengaruh sebesar 35,9%,. Secara simultan (bersama-sama) kehandalan, daya tanggap, jaminan empati dan bukti fisik, mempunyai pengaruh sebesar 72,2% terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci** : Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Masyarakat lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya, sehingga mereka lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

PT POS Indonesia atau lebih dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu Badan Usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya pengiriman surat menyurat. Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-

surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itu lah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 Kantor Pos online, serta dilengkapi *elektronik mobile pos* di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah proses kiriman Pos dimana setiap daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat ([www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id)).

Banyak orang menganggap bahwa menggunakan jasa kantor pos tidak efektif dan kurang memadai, salah satunya adalah jasa pengiriman surat yang membutuhkan waktu relatif lama dan terkadang mengalami keterlambatan. Selain itu, hilangnya barang yang selama ini dikeluhkan oleh masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman paket barang ke beberapa tempat dalam negeri atau luar negeri. Munculnya pesaing baru yang bergerak dibidang sama, serta kemajuan teknologi pada bidang telekomunikasi yang membuat masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih jasa yang akan digunakan.

Berpijak pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor Pos Semarang)"**.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi *reliability* terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh dimensi *assurance* terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana pengaruh dimensi *empathy* terhadap kepuasan pelanggan?
5. Bagaimana pengaruh dimensi *tangible* terhadap kepuasan pelanggan?

## KAJIAN TEORI

### Jasa

Menurut Kotler (2005:111), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.

Definisi lain jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak

berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono,2006:6).

Industri jasa bervariasi, yaitu sektor pemerintah, sektor nirlaba swasta, sektor bisnis dan sektor produksi (Kotler,2005:110).

1. Sektor Pemerintah, seperti : pengadilan, pelayanan ketenagakerjaan, rumah sakit, lembaga pemberi pinjaman, pemadam kebakaran, kantor pos dan sekolah.
2. Sektor Nirlaba Swasta, seperti : museum, badan amal, gereja, perguruan tinggi, yayasan dan rumah sakit.
3. Sektor Bisnis, seperti : perusahaan penerbangan, bank, hotel, perusahaan asuransi, firma hukum, perusahaan konsultan manajemen, praktik kedokteran, perusahaan film, perusahaan real estate.
4. Sektor Produksi, seperti : operator komputer, akuntan dan staf hukum.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006:51). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:175). Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Ada lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa menurut Zeithaml dalam Yamit (2001:10) yaitu :

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
- d. Berpihak kepada pelanggan (*empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000:52).

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

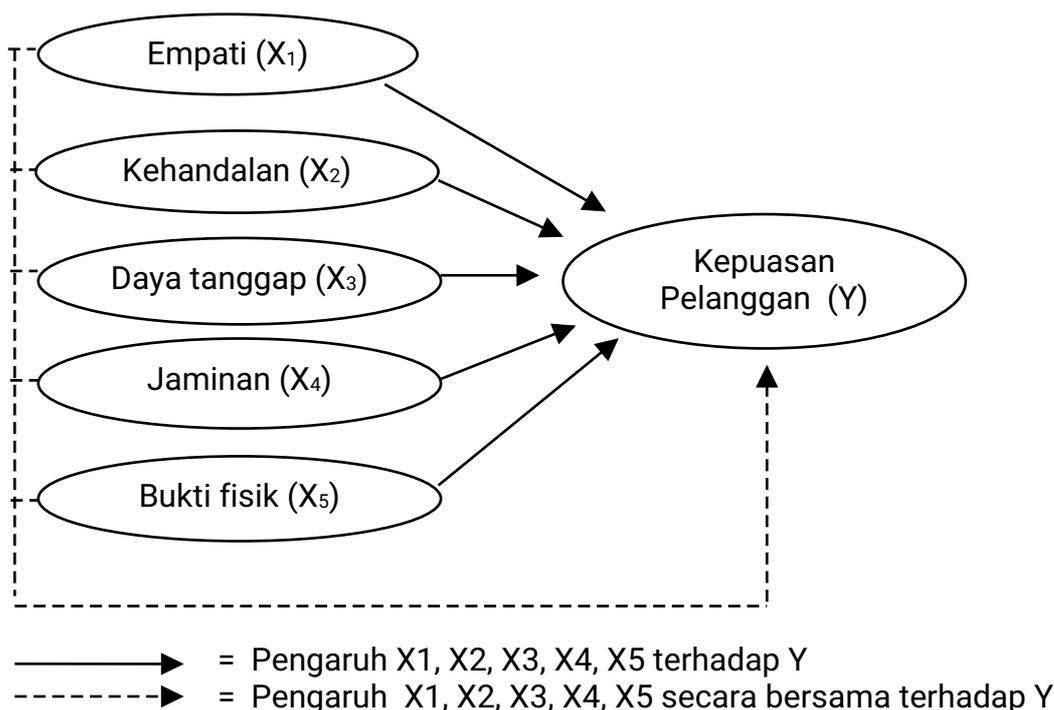
Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2005:51).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H2 : Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. H3 : Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. H4 : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. H5 : Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. H1 : Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. H6 : Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar berikut:

**Gambar 1.1**  
**Model Hipotesis**



## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian yang bersifat penjelasan atau

*Eksplanatory Research*. *Eksplanatory Research* ditujukan untuk menjelaskan kedudukan variable-variabel yang lain (Sugiyono, 2009: 11).

Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Semarang.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115).

Dalam penelitian ini, tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dimana populasinya adalah pelanggan pengguna jasa Kantor Pos Semarang.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sejumlah 100 sampel. Menurut Emory (1996:221) karena populasi yang tidak terbatas, jadi sampel 100 orang yang diambil dari populasi berjumlah 5000 secara kasar mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi. Oleh karena itu dalam penelitian ini jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang.

### **Teknik Analisis Data**

#### **a. Analisis Data Kualitatif**

Analisis data yang dilakukan untuk menerangkan dan memberikan gambaran mengenai data yang telah diperoleh. Analisis ini tidak dapat diterangkan dalam bentuk angka.

#### **b. Analisis Data Kuantitatif**

Yaitu analisa data yang mendasarkan pada perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan disertai dengan penjelasan terhadap hasil yang telah diperoleh dari perhitungan tersebut menggunakan metode statistik atau perhitungan dengan menggunakan angka-angka atau rumus-rumus sebagai berikut:

##### **1. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2007: 122). Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*.

##### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk (Ghozali 2005:41). Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

##### **3. Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi merupakan suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat

menentukan tingkat hubungan antara variabel–variabel ini.

#### 4. Analisis Regresi

##### a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh langsung masing-masing variabel bebas (tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha) terhadap variabel terikat (keputusan pengambilan kredit).

##### b. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pengambilan kredit, maka digunakan analisis regresi linear berganda.

#### 5. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur presentase variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X).

#### 6. Uji Signifikansi

##### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

##### b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1  
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil				
		Korelasi	Determinasi	t Hitung	F Hitung	Keterangan Hipotesis
1	Variabel Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,574	32,9%	6,934	-	Ha diterima
2	Variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan	0,494	24,4%	5,618	-	Ha diterima
3	Variabel Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,599	35,9%	7,412	-	Ha diterima
4	Variabel Empati terhadap Kepuasan Pelanggan	0,631	39,8%	8,047	-	Ha diterima
5	Variabel Bukti Fisik	0,625	39%	7,916	-	Ha diterima

	terhadap Kepuasan Pelanggan				
6	Variabel Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan	0,722	52,1%	20,453	Ha diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil penelitian, variabel empati (X4) memiliki konstribusi paling besar jika dibandingkan dengan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang kantor Pos Semarang. Hal ini dapat dilihat pada hasil koefisien determinasi variabel empati 39,8%. Kontribusi terbesar berikutnya yaitu variabel bukti fisik yang memiliki koefisien determinasi sebesar 39%. Kemudian variabel jaminan yang memiliki koefisien determinasi sebesar 35,9%, sedangkan variabel kehandalan memiliki koefisien determinasi sebesar 32,9% dan variabel daya tanggap memiliki koefisien determinasi sebesar 24,4%.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa seluruh nilai t hitung dari setiap variabel > t tabel (1,6606). Pengaruh yang terbesar pada uji t adalah pada pengaruh variabel empati terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai F hitung (20,453) > F tabel (3,090).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang diperoleh dari penelitian di lapangan mengenai pengaruh Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t) dengan taraf signifikansi 5% dan dk = 98, maka t tabel adalah 1,6606. Hasil penelitian bahwa dengan nilai t penelitian (6,934) > t tabel (1,6606) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang. Sehingga hipotesis berbunyi "Ada pengaruh antara kehandalan dan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang" **diterima**.
2. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t) dengan taraf signifikansi 5% dan dk = 98, maka t tabel adalah 1,6606. Hasil penelitian bahwa dengan nilai t penelitian (5,618) > t tabel (1,6606) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang. Sehingga hipotesis berbunyi "Ada pengaruh antara daya tanggap dan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang" **diterima**.
3. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t) dengan taraf signifikansi 5% dan dk = 98, maka t tabel adalah 1,6606. Hasil penelitian bahwa dengan nilai t penelitian (7,412) > t tabel (1,6606) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang.

- Semarang. Sehingga hipotesis berbunyi "Ada pengaruh antara jaminan dan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang" **diterima**.
4. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t) dengan taraf signifikansi 5% dan  $dk = 98$ , maka t tabel adalah 1,6606. Hasil penelitian bahwa dengan nilai t penelitian (8,047) > t tabel (1,6606) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang. Sehingga hipotesis berbunyi "Ada pengaruh antara empati dan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang" **diterima**.
  5. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t) dengan taraf signifikansi 5% dan  $dk = 98$ , maka t tabel adalah 1,6606. Hasil penelitian bahwa dengan nilai t penelitian (7,916) > t tabel (1,6606) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang. Sehingga hipotesis berbunyi "Ada pengaruh antara bukti fisik dan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di Kantor Pos Semarang" **diterima**.
  6. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji F), maka dapat diperoleh F hitung sebesar 20,453 dengan tingkat signifikansi 0,000. Ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan  $df_1 (k - 1) = 2$  dan  $df_2 (n - k)$  atau  $100 - 3 = 97$ . Hasil yang diperoleh  $F_{tabel}$  adalah 3,090. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yakni  $66,052 > 3,090$ , maka  $H_0$  ditolak.  $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ , (**Ho ditolak atau Ha diterima**) artinya kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ), secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang didapat dari hasil penelitian, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang mungkin dapat membantu Kantor Pos Semarang atau peneliti selanjutnya. Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dalam kaitannya dengan kehandalan, karyawan kantor Pos Semarang dalam melayani konsumen dirasa sudah cukup baik, perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat dengan cepat dan tepat dalam melayani konsumen.
2. Dalam kaitannya dengan daya tanggap, daya tanggap yang diberikan oleh karyawan dan staf sudah cukup bagus, tapi perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara karyawan harus cepat tanggap terhadap keinginan konsumen sehingga ketika pelanggan membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama. Karyawan harus lebih cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan, apabila ada pelanggan yang membutuhkan bantuan atau ada yang mengeluhkan sesuatu yang berhubungan dengan kerusakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan, maka karyawan kantor Pos Semarang bisa dengan cepat membantu dan menyelesaikan masalah. Pelayanan yang cepat juga mempengaruhi kepuasan konsumen karena biasanya konsumen tidak sabar apabila harus menunggu lama.
3. Dalam kaitannya dengan jaminan, kantor Pos Semarang perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan yang diberikan oleh kantor pos Semarang sudah cukup baik, perlu ditingkatkan dan dipertahankan keramahan karyawan dan staf, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan. Perlu ditingkatkan lagi pengetahuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga pelanggan merasa nyaman pada saat di berikan

pelayanan, untuk keamanan yang diberikan oleh kantor pos Semarang sudah cukup bagus dengan adanya aparat keamanan yang berjaga selama 24 jam ini akan membuat para konsumen merasa aman dan nyaman.

4. Dalam kaitannya dengan kepedulian, kepedulian yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan sudah cukup baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan pelanggan agar merasa nyaman dan puas menggunakan jasa kantor Pos Semarang. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pihak kantor pos Semarang, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata pelanggan dan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan maka akan semakin baik pula citra perusahaan di lingkungan masyarakat.
5. Dalam kaitannya dengan bukti fisik, Kantor Pos Semarang perlu untuk melakukan renovasi pada bangunan, yaitu dengan mengecat ulang bangunan, dan memperbaiki bagian bangunan yang rusak, merubah sebagian interior bangunan juga perlu dilakukan agar lebih bagus dan menarik. Selain itu interior juga perlu dilakukan penataan ulang setiap beberapa bulan sekali. Penampilan karyawan yang bersih dan rapi juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu karyawan dan staf harus mempertahankan penampilan mereka yang bersih dan rapi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Mohammad. 2009. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang. Semarang.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin. 2007. **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall”**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Hal. 1-12. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. **Membangun Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan**. Usahawan, No 5.
- Nanang Tasunar. 2006. **“Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak”**. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. V. No 1 Mei 2006, h 41-62.
- Suratno. 2003. **Perilaku Konsumen**. AMUS Jogjakarta dan CV Ngeksigondo Utama. Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. (2003). **“Perilaku Konsumen”**. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Freddy Rangkuti. 2002. **Measuring Customer Satisfaction** (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, Philip 1997. Alih Bahasa : Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, Penyunting : Agus Hasan Pura Anggawijaya, *Manajemen Pemasaran (Marketing Management 9e)*, Edisi Indonesia Jilid Satu, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2000. **Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2001. **Manajemen Pemasaran Indonesia**. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat. Jakarta.
- Mas'ud, Fuad. 2004. **Survai Diagnosis Organisasional : Konsep dan Aplikasi**. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L. 1990. **SERVQUAL**.
- Parasuraman. 1998. **Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality**. Journal of Retailing Vol 64 No. 1, January.
- Sugiyono, 2006, **Statistika Untuk Penelitian**, Cetakan Kesembilan, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. **Statistika Untuk Penelitian**. ALFABETA. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 1996. **Manajemen Jasa**. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Jasa**. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta. Tjiptono, Fandy. 1996. **Manajemen Jasa**. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- <http://www.posindonesia.co.id/index.php/sejarah-pos/> (diunduh pada Kamis, 08 Januari 2015 pukul 24.30)
- <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> (diunduh pada Kamis, 05 Januari 2015 pukul 23.00)
- [http://ineddeni.files.wordpress.com/2008/02/indikator2\\_laten.pdf](http://ineddeni.files.wordpress.com/2008/02/indikator2_laten.pdf) (diunduh pada jumat, 30 September 2016)