

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*O-Ranger Mobile*), Ketepatan Waktu, dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Cabang Kraksaan

Ahmad Farisi¹, Imam Syafi'i², Moh. Samsul Arifin³

^{1,2,3}Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

*e-mail : ahmadfarisi2001@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
19 Februari 2024	4 Maret 2024	12 Maret 2024

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang terdiri dari variabel berikut: kualitas administrasi (*O-ranger mobile*), Idealitas, sinkronisasi dan tingkat tarif pengiriman terhadap kepuasan konsumen dalam lingkup Kantor Pos Kraksaan. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, untuk sampel data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data *purposive sampling*, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan kantor pos cabang Kraksaan. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan (*O-ranger Mobile*), ketepatan waktu pengiriman barang, serta tarif pengiriman barang berpengaruh secara parsial dan simultan pada kepuasan pelanggan. Akan tetapi terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan dalam penelitian ini dan satu variabel tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Ketepatan, Kepuasan, Harga, Kualitas Pelayanan.

Abstract:

This research aims to determine several factors that influence customer satisfaction which consists of the following variables: quality of administration (O-ranger mobile), ideality, synchronization and level of delivery rates on consumer satisfaction within the Kraksaan Post Office. The approach to this research uses a quantitative descriptive method, for the data sample in this research using purposive sampling data collection, namely by distributing questionnaires to customers of the Kraksaan branch post office. The results of research on Service Quality (O-ranger Mobile), timeliness of goods delivery, and goods delivery rates have a partial and simultaneous effect on customer satisfaction. However, there are two variables that have a significant effect in this research and one variable has no partial effect on Customer Satisfaction.

Keyword: Accuracy, Satisfaction, Price, Service Quality.

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi hampir semua hal dilakukan secara digital tanpa melibatkan seseorang secara langsung untuk keperluan mereka, dengan menyeluruhnya digitalisasi pada setiap kehidupan manusia, mereka dapat meminimalisir waktu dan biaya agar lebih efisien dalam penggunaannya. Jasa Pengiriman/ekspedisi juga menjadi kegiatan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia utamanya masyarakat Kraksaan, banyak kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat melalui jasa pengiriman baik itu perdagangan, keuangan dan kebutuhan

sehari-hari. Kantor Pos Indonesia cabang Kraksaan menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman yang ada di Kota Kraksaan dan juga merupakan perusahaan BUMN tertua yang berdiri sejak penjajahan Hindia-Belanda. Dari banyaknya jasa pengiriman yang berdiri di daerah Kraksaan menimbulkan daya saing bisnis, yang mengakibatkan pelanggan Kantor Pos cabang Kraksaan berkurang dan banyak beralih menggunakan jasa pengiriman lain. Untuk itu penulis ingin meneliti pengaruh yang menyebabkan pelanggan Kantor Pos cabang Kraksaan menggunakan jasa pengiriman lain.

O-ranger mobile merupakan mitra Pos Indonesia yang bertugas untuk memasarkan produk Pos Indonesia dan melakukan layanan penjemputan barang (*pick up service*) di masing-masing area. Ruang lingkup penjualan *o-ranger mobile* khususnya memasarkan dan menjual produk-produk yang berkaitan dengan jasa kurir di bidang retail. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan penentuan yang diberikan pelanggan, berarti kualitas dinilai berdasarkan pengalaman murni yang diterima oleh pelanggan atau konsumen terhadap produk atau layanan, dan penilaian kualitas tersebut berdasarkan pada kriteria-kriteria yang mereka tetapkan. Sebagian lagi berpendapat bahwa kualitas layanan adalah fokus pada usaha untuk mengatasi masalah dan keinginan pelanggan, dengan menyelerasikan ekspektasi pelanggan.

Dari kedua pendapat tersebut Sehubungan dengan kualitas, yang cenderung diperdebatkan maka dapat diartikan kualitas pelayanan *o-ranger mobile* merupakan suatu bentuk perilaku karyawan Kantor Pos cabang Kraksaan yang baik terhadap pelanggan dalam memasarkan dan pengambilan barang, perilaku yang sempurna akan memberikan pelanggan pengalaman pelayanan yang baik. sehingga pelanggan puas dengan tingkat pelayanan yang diterimanya.

Ketepatan waktu yaitu merujuk pada kemampuan produk jasa yang dipesan oleh pelanggan tiba tepat pada waktunya, dalam kondisi aman, dan terjadwal sesuai dengan waktu yang sudah disepakati. Berdasarkan pendapat di atas mengenai ketepatan waktu yaitu sebagai faktor penting dalam hubungan antara bisnis dan pelanggannya. Ini merujuk pada kemampuan Kantor Pos cabang Kraksaan untuk menghormati tenggat waktu yang telah disepakati, baik dalam pengiriman produk atau layanan, maupun dalam menjalankan berbagai komitmen dan janji kepada pelanggan. Ketepatan waktu berperan sebagai kunci dalam membangun kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman kantor Pos cabang Kraksaan

dan inilah mengapa hal tersebut sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Pertama, ketepatan waktu mencerminkan *profesionalisme* dan kualitas layanan perusahaan. Ketika sebuah bisnis mampu mengirimkan produk atau layanan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati, ini memberikan kesan positif kepada pelanggan bahwa kantor Pos cabang Kraksaan mempunyai komitmen atas surat atau barang yang dikirim melalui kantor Pos cabang Kraksaan. Pelanggan akan merasa bahwa bisnis tersebut dapat diandalkan dan ini dapat memperkuat citra perusahaan dalam pandangan pelanggan. Selain itu, ketepatan waktu juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman. Ketika pelanggan mendapatkan apa yang mereka inginkan sampai pada waktu yang telah disepakati sebelumnya, mereka merasa dihargai dan puas dengan pengalaman mereka menggunakan jasa pengiriman kantor Pos cabang Kraksaan. Hal ini dapat mendorong mereka untuk kembali membeli barang serupa atau memanfaatkan jasa layanan di hari mendatang, yang pada akhirnya dapat mengatasi persaingan antar perusahaan jasa pengiriman. Namun sebaliknya, pengiriman tidak tepat waktu dapat berdampak negatif terhadap hubungan dengan pelanggan. Ketika perusahaan seringkali terlambat dalam pengiriman barang, pelanggan mungkin merasa kecewa atau bahkan merasa perusahaan tidak menghargai waktu mereka. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan mencari alternatif lain yang lebih dapat diandalkan dan dapat berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Bisnis yang mampu menjaga kualitas ini cenderung memiliki pelanggan yang lebih setia dan percaya kepada kantor Pos cabang Kraksaan. Selanjutnya, kantor Pos cabang Kraksaan disarankan memprioritaskan ketepatan waktu dalam semua aspek operasional mereka untuk menjalin

hubungan yang solid dengan pelanggan dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Tarif pengiriman adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelanggan atas pemanfaatan jasa atau memiliki suatu jasa atau produk dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Tarif pengiriman adalah komponen penting dalam pengalaman pelanggan ketika berbelanja secara *online* atau mengirim barang. Hubungan antara tarif pengiriman dan kepuasan pelanggan sangat signifikan, karena biaya pengiriman dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan mempengaruhi kepuasan atas tarif yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, Tarif pengiriman yang seimbang dengan besaran jarak barang dan terjangkau dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pelanggan umumnya akan lebih puas ketika mereka merasa bahwa biaya pengiriman yang mereka bayarkan sebanding dengan layanan yang mereka terima. Jika tarif pengiriman tidak sesuai dengan jarak maupun berat barang, pelanggan akan merasa penetapan tarif pengiriman tidak berdasarkan pada jarak dan berat barang. Sebaliknya, ketika tarif pengiriman bersaing dan sesuai dengan jarak dan berat barang, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. tarif pengiriman yang transparan juga berperan penting keberlangsungan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang pesat dimasa mendatang.

Kesimpulannya, tarif pengiriman memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Bisnis yang menawarkan tarif pengiriman yang wajar dan transparan cenderung dijadikan prioritas pelanggan dalam pengiriman barang. Sebaliknya, tarif pengiriman yang tidak masuk akal atau tidak transparan dapat menghambat kepuasan pelanggan dan mengurangi daya tarik bisnis.

Kepuasan pelanggan adalah suatu patokan untuk memahami tingkat kebutuhan, keinginan dan asumsi yang menyebabkan terjadinya pembelian berulang pada pelanggan perusahaan jasa pengiriman

menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang. Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai perbandingan pendapatnya sebelum menggunakan jasa pengiriman dan sesudah menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Beberapa variabel yang sudah dijelaskan muncul atas dasar complain pelanggan Kantor Pos cabang Kraksaan diantaranya: (1) kualitas pelayanan *o-ranger mobile* mengalami penurunan yaitu adanya keterlambatan pengiriman, tidak ada respon ketika ada keluhan dari *costumer*, ketika ada retur barang *o-ranger* tidak menginformasikanya lebih lanjut, adanya kerusakan pada beberapa barang, tidak ada sikap keramahan pada pelanggan. (2) ketepatan waktu mengalami beberapa masalah yaitu barang tidak sampai tepat waktu, tidak ada konsistensi pada pengiriman barang. (3) ketidak seimbangan tarif pengiriman pada jarak dan berat barang. (4) sifat administrasi, keandalan dan tingkat pengangkutan yang baik juga berpengaruh kepuasan pelanggan. Dari beberapa masalah diatas kualitas pelayanan (*o-ranger mobile*), ketepatan waktu serta tarif pengiriman kantor Pos berpotensi terhadap kepuasan pelanggan.

Mengingat landasan permasalahan yang terjadi di atas, maka penelitian ini diajukan dengan judul, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*O-RANGER MOBILE*), KETEPATAN WAKTU, TARIF PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN".

METODE

Desain pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif berbasis survei. Metode ini berfungsi untuk mengukur fenomena tanpa menggali penyebab di balik keadaan tersebut, terdapat tiga variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan (*o-ranger mobile*) (X^1), ketepatan waktu (X^2), tarif pengiriman (X^3) dan variabel dependent kepuasan pelanggan (Y). Populasi penelitian ini yaitu semua pelanggan kantor Pos cabang Kraksaan yang dapat dijangkau yaitu

sebanyak 233 pelanggan. Strategi yang digunakan untuk menentukan sampel data dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang memiliki arti karakteristik dasar dari sampel yang dianggap terhubung signifikan dengan ciri-ciri populasi dengan identifikasi sebelumnya. Sampel penelitian ini yaitu seluruh pelanggan kantor Pos cabang Kraksaan dan telah melakukan minimal 5 kali transaksi. Populasi seluruh pelanggan kantor Pos cabang Kraksaan adalah 233 orang. Dari populasi tersebut diambil sampel dengan karakteristik pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman paket sehingga diperoleh 100 orang pelanggan yang memenuhi kriteria sebagai sampel pen Pengumpulan data dilakukan dengan *kuisisioner* sehingga dari 100 sampel, diperoleh 46 responden.

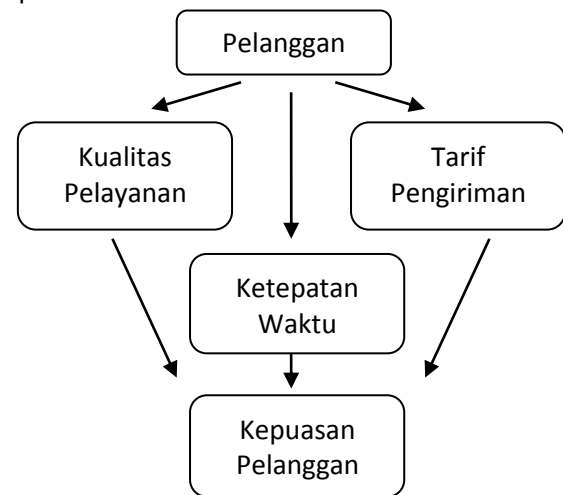
Tabel. 1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (<i>O-ranger Mobile</i>) (X^1)	Tingkat kehandalan Tingkat respon Tingkat kelengkapan Tingkat komunikasi Tingkat kesesuaian
Ketepatan Waktu	Tingkat keterlambatan Rentang pengiriman Tingkat pencapaian tepat waktu Tingkat ketepatan waktu pengiriman
Tarif Pengiriman	Rata-rata biaya pengiriman Tarif menurut berat Tarif menurut jarak Tingkat persentase pengurangan tarif melalui diskon
Kepuasan Pelanggan	Rekomendasi Ketersediaan jasa Rating pelanggan Tingkat penggunaan jasa secara berulang

Sumber: Referensi (2020)

Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan pada pemeriksaan ini adalah

survei (*Poll*) yang merupakan prosedur penghimpunan informasi yang meliputi pengiriman berbagai pertanyaan tertulis kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh jawaban dari mereka. Metode yang digunakan dalam menentukan skor yaitu skala likert yang digunakan untuk mengukur wawasan, mentalitas, atau penilaian seseorang atas terjadinya suatu peristiwa.



Gambar 1. Kerangka berpikir
Sumber: data diolah (2024)

Pada **Gambar 1.** Kerangka berpikir, pelanggan menjadi objek utama dalam memperoleh kualitas pelayanan (*o-ranger mobile*), ketepatan waktu pengiriman barang, tarif pengiriman barang yang memberikan kepuasan kepada pelanggan atas penggunaan jasa pengiriman kantor Pos Kraksaan.

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. $H_0:p =$ terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile* terhadap kepuasan pelanggan.
2. $H_a:p \neq$ tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan *o-ranger mobile* terhadap kepuasan pelanggan.
3. $H_0:p =$ terdapat pengaruh positif antara ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan.

4. $H_a:p \neq$ tidak terdapat pengaruh positif antara ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan.
5. $H_0:p =$ terdapat pengaruh positif antara variabel biaya pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan.
6. $H_a:p \neq$ tidak terdapat pengaruh positif antara variabel biaya pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan.
7. $H_0:p =$ terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, ketepatan waktu pengiriman barang, biaya pengiriman barang secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.
8. $H_a:p \neq$ terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, ketepatan waktu pengiriman barang, biaya pengiriman barang secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Definisi operasional variabel merupakan pedoman komprehensif yang menggambarkan parameter apa yang harus diobservasi dan diukur dalam sebuah variabel atau konsep tertentu untuk mengukur dengan akurat. Definisi operasional variabel ini kemudian mengarah pada penentuan item-item yang akan dimasukkan ke dalam instrumen penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis sebagai bagian dari proses penelitian. Sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah *software SPSS 25*.

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini menunjukkan seluruh instrumen pemeriksaan yang ada memberikan hasil nilai r hitung yang memiliki nilai lebih besar dari r tabel yaitu 0,254. Dari uji *validitas* yang dilakukan maka disimpulkan *instrument* penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

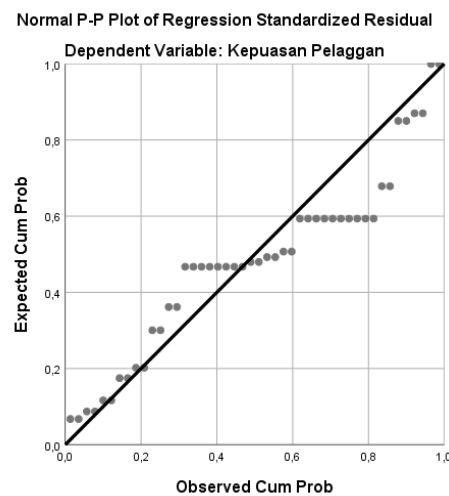
Tabel 2. Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,991	60

Sumber: data diolah (2024)

Pada **Tabel 2.** Uji *Reliabilitas* menyebutkan bahwa nilai pada masing-masing variabel yaitu kualitas pelayananan (X1), estimasi waktu pengiriman barang (X2), penentuan harga pengiriman barang (X3) dan variabel *dependent* kepuasan pelanggan kantor Pos Kraksaan (Y) mempunyai nilai *Croanbach's Alpa* > 0,6. Maka dapat dinyatakan bahwa banyak faktor ini dapat digunakan untuk tahap penelitian berikutnya.

Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Sumber: data diolah (2024)

Pada **Gambar 2.** Uji Normalitas model regresi berdistribusi normal apabila sebaran data (plot) membentuk garis diagonal. Berdasarkan sebaran data (plot) dalam penelitian ini menunjukkan garis yang membentuk diagonal. Dengan demikian uji normalitas penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

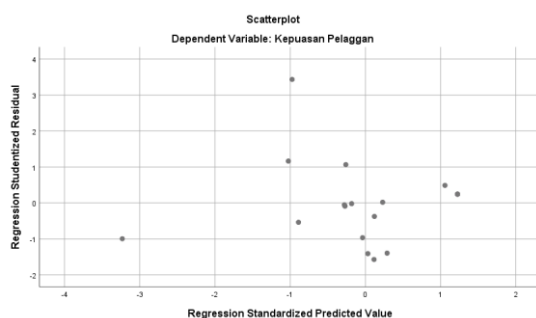
Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,308	4,175		1,271	,211		
Kualitas pelayanan	-,097	,134	-,093	-,725	,472	,100	10,049
Ketepatan waktu	,267	,105	,277	2,532	,015	,136	7,347
Tarif pengiriman	,764	,093	,802	8,220	,000	,171	5,860

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah (2024)

Pada **Tabel 3.** Uji Multikolinieritas menunjukkan, kualitas pelayanan *o-ranger mobile* (X1) dengan kolom *tolerance* 0,100, variabel estimasi waktu pengiriman barang (X2) dengan kolom *tolerance* 0,136 dan pada variabel tarif pengiriman (X3) dengan toleransi yang dapat diterima 0,171 > 0,10. Kemudian VIF bernilai 10,049 pada variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile* (X1), 7,347 pada variabel ketepatan waktu (X2) dan 5,860 pada variabel tarif pengiriman (X3) > dari 10. Dari hasil pengolahan data dapat ditetapkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar faktor-faktor kepuasan pelanggan.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Plot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah (2024)

Pada **Gambar 3.** Plot Uji Heteroskedastisitas, terlihat bahwa plot tidak memperlihatkan bentuk pola yang jelas dan data tersebar secara acak tidak bertumpu pada variabel Y, dapat diambil kesimpulan tidak terjadi masalah pada heteroskedastisitas penelitian ini.

Uji T

Tabel 4. Uji T

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,308	4,175		1,271	,211		
Kualitas pelayanan	-,097	,134	-,093	-,725	,472	,100	10,049
Ketepatan waktu	,267	,105	,277	2,532	,015	,136	7,347
Tarif pengiriman	,764	,093	,802	8,220	,000	,171	5,860

a. Subordinate Variable: Y

Sumber: data diolah (2024)

Pada **Tabel 4.** Uji T kriteria keputusan berdasarkan signifikansi dan nilai t yaitu dengan membandingkan t hitung berdasarkan signifikansi, yaitu dengan membandingkan nilai sig pada *output* SPSS dengan nilai probabilitas 0.05

1. Apabila nilai sig lebih kecil dari 0.05, H0 ditolak, variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, estimasi waktu pengiriman barang, penentuan harga pengiriman barang (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan kantor Pos Kraksaan(Y).
2. Apabila nilai sig lebih besar dari 0.05, H0 diterima, variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, estimasi waktu pengiriman barang, penentuan harga pengiriman barang (X) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan kantor Pos Kraksaan (Y).

Pada *output* SPSS menghasilkan nilai dan ketentuan t tabel dilihat pada kolom *statistic* pada signifikansi 0,05 kemudian dibagi 2= 0,25 dengan perhitungan $df= n-k-1$ atau $46-3-1 = 42$, maka diperoleh hasil pada t tabel yaitu sebesar 2,012. Nilai sig variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile* (X1) adalah $0,472 > 0,05$, variabel ketepatan waktu (X2) adalah $0,15 > 0,05$, variabel tarif pengiriman (X3) adalah $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan kualitas pelayanan *o-ranger mobile* dan ketepatan waktu pengiriman barang tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan tarif pengiriman paket memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan kantor pos.

Pada tabel *Coefficients* menunjukkan nilai t hitung kualitas pelayanan *o-ranger mobile* (X1) sebesar $0,725 < 2,012$, ketepatan waktu pengiriman (X2) sebesar $2,532 > 2,012$ dan tarif pengiriman (X3) sebesar $8,220 > 2,012$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketepatan waktu (X2) dan variabel tarif pengiriman (X3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Uji F

Tabel 5. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4025,244	3	1341,748	191,300	,000 ^b
	Residual	294,582	42	7,014		
	Total	4319,826	45			

a. *Dependent Variable:* kepuasan pelanggan

b. *Predictors:* (Constant), tarif pengiriman barang, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan *o-ranger mobile*

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan **Tabel 5. Uji f**, maka nilai f hitung adalah 191,300. Untuk menentukan nilai f tabel yaitu menggunakan rumus dibawah ini:

1. Menentukan nilai f tabel yaitu: $DF1=k$ (jumlah variabel *independent*)=3
2. $DF2=n-k-1= 46-3-1=42$
3. F tabel= 2,83

Kriteria keputusan:

1. Apabila nilai F tabel lebih besar dari nilai F hitung maka H0 dapat diterima.
2. Apabila F tabel lebih kecil dari F hitung maka H0 ditolak.
3. Dari ketentuan di atas dapat dilihat nilai F hitung memiliki nilai yang lebih besar dari nilai F tabel ($191,300 > 2,83$) dan signifikansinya yaitu $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang berarti H0 ditolak, Hal ini cenderung beralasan bahwa kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, estimasi waktu pengiriman barang dan penentuan harga pengiriman barang memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengujian t hitung pada variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile* (X¹) menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama, akan tetapi secara individu kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diharapkan yaitu kualitas pelayanan *o-ranger mobile* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari olah data t hitung ini sama dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Hayatul Millah dan Hamdiah Suryana (2020) yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi tentunya bagi kantor Pos cabang Kraksaan kualitas pelayanan akan menjadi pendorong bagi kepuasan pelanggan yang sudah menggunakan jasa kantor Pos Kraksaan dan akan terjadi pengulangan penggunaan jasa pengiriman atas kepuasan yang diperoleh pelanggan.

Pengujian t hitung pada variabel ketepatan pengiriman barang (X²)

menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diharapkan yaitu ketepatan pengiriman barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari olah data t hitung ini sama dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Salma Hafizha, Abdurrahman dan Hanifa Sri Nuryani (2019) yaitu ketepatan pengiriman sesuai jadwal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi tentunya bagi kantor Pos cabang Kraksaan ketepatan pengiriman sesuai jadwal akan menjadi pendorong bagi kepuasan pelanggan yang sudah menggunakan jasa kantor Pos Kraksaan dikarenakan ketepatan pengiriman sesuai jadwal menjadi perbandingan pelanggan antara kantor Pos cabang Kraksaan dengan perusahaan ekspedisi lainnya yang ada di Kota Kraksaan.

Pengujian t hitung pada variabel biaya pengiriman barang (X^3) menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diharapkan yaitu biaya pengiriman barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari olah data t hitung ini sama dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Abdul Ghofur (2019) yaitu harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Biaya pengiriman tentunya menjadi perhitungan bagi kantor Pos cabang Kraksaan antara kesesuaian biaya pengiriman barang dengan jarak, berat barang dan ukuran barang agar tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pelanggan maupun kantor Pos cabang Kraksaan.

Kesesuaian biaya pengiriman barang ini menjadi pendorong bagi kepuasan pelanggan yang sudah menggunakan jasa kantor Pos Kraksaan dikarenakan biaya yang diberikan tidak merugikan pelanggan.

Pengujian f hitung menunjukkan kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, ketepatan pengiriman barang, biaya

pengiriman barang secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dan hasil pengolahan data sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Salma Hafizha, Abdurrahman dan Hanifa Sri Nuryani (2019) yaitu kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman barang, biaya pengiriman barang secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Dapat diartikan bahwa semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan *o-ranger mobile*, ketepatan pengiriman barang, biaya pengiriman barang kantor Pos cabang Kraksaan maka pada saat itulah derajat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Kepuasan pelanggan menjadi pendukung bagi keberlangsungan kantor Pos cabang Kraksaan dimasa mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara parsial kualitas pelayanan *o-ranger mobile* yang dilakukan oleh karyawan serta ketetapan waktu pengiriman barang tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos cabang Kraksaan. Tetapi secara individual tarif pengiriman paket tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kantor pos Kraksaan. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan *o-ranger mobile* yang dilakukan oleh karyawan, ketepatan waktu pengiriman barang serta penentuan tarif pengiriman barang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kantor Pos Kraksaan.

Kualitas administrasi, kepraktisan, tarif pengangkutan berdampak besar sekaligus terhadap variabel kepuasan pelanggan kantor Pos Kraksaan. Semakin baiknya kualitas pelayanan *o-ranger mobile* yang diberikan kepada pelanggan, semakin tepat waktu pengiriman barang, semakin sesuai tarif pengiriman barang maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk

selalu menggunakan jasa pengiriman kantor Pos cabang Kraksaan.

Saran

Hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*O-Ranger Mobile*), Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan” ini secara tidak langsung memperlihatkan potensi variabel yang kemungkinan dapat mempengaruhi secara sempurna terhadap variabel kepuasan pelanggan. Peneliti berikutnya disarankan untuk menambah variabel tanggung jawab yang dapat menggantikan variabel kualitas pelayanan *o-ranger mobile* yang tidak terdapat pengaruh signifikan secara individual terhadap kepuasan pelanggan agar menjadi lebih sempurna.

REFERENSI

- Wiwik, S., 2021, *Kualitas Pelayanan: Metode dan Aplikasinya*, UMSIDA PRESS, Sidoarjo.
- S., Hafizha, Abdurrahman, H.,S., Nuryani, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No. 1, Vol 2.
- D.,K., Gultom, M., Arif, M., Fahmi, 2020, Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, No. 2, Vol 3, hal 171-180.
- Romatul, H., A., Aziz, W., Ahdiyati, A.,S., 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Payment Point BSI Genggong Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pembayaran Biaya Pendidikan Mahasiswa FEBI UNZAH), *Jurnal Kewarnegaraan*, No. 2, Vol 6, hal 5174-5186.
- S., Wahyuni, Nasution, Fitri, A., N., 2023, Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru (Studi Kasus Pada J&T Express Payung Sekaki), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, No. 1, Vol 2, hal 337-346.
- Kotler, Philip, Gary A., 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Dedi, J.,H., M., Syarif, H.,E., Nuntupa, 2021, Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Babalati Kota Probolinggo, *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No. 7, Vol 2, hal 113-125.
- Kotler, Philip, Keller, K.,L., 2018, *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Shintia, J., N., Rachma, Alfian, B., P., 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol), *e – Jurnal Riset Manajemen*, No. 12, Vol 09, hal. 143-156.
- A.,P., Siregar, H., Tannady, I.,A., Jusman, Pandu, A.,C., M., Samsul, A., 2022, Peran Harga Produk Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk *Could Pressed Juice Re. Juve*, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, No. 5, Vol 3, hal 2657-2665.
- Nurul, E., A., Yazid, A.,Q., Maryani, Pengaruh *Brand Image*, *Trust* dan *Service Quality* terhadap *Loyalitas* Anggota Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Masalah Cabang Maron, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, No. 5, Vol 4, hal. 400-408.
- H., Millah, Hamdiyah, S., 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran), *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No. 2, Vol 6, hal 134-142.
- A., Gofur, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Jakarta, No. 1, Vol 4, hal 37-44.
- S.,R., Sasongko, 2021, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran), *Jurnal Ilmu*

- Manajemen Terapan*, No. 1, Vol 3, hal 104-114.
- A., Mukhid, 2019, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, CV. Jakad Media Publishing, Surabaya.
- Syahrum, Salim, 2012, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cipta Pusaka Media, Bandung.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Rochmat, A.,P., 2016, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, CV. Wade Group, Ponorogo.