

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen (Survey Pelanggan Pada Pospay Kantor Pos Asia Afrika Bandung)**

The Influence Of Service Quality On Consumer Loyalty (Survey At Pospay Pos Office Asia Africa Bandung)

<sup>1</sup>Muhammad Rizky Indiarito, <sup>2</sup>Septiana A. Estri

<sup>1,2</sup>*Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung*

*Jalan Tamansari No. 1 Bandung*

*email: <sup>1</sup>rizky.rizkyindiarto@gmail.com, <sup>2</sup>estrimahani@gmail.com*

**Abstract.** This research aims to know the implementation of Quality of Service at Pospay Asia Post Office Africa, how the respondent's response about the implementation of Quality Service at Pospay Asia Africa Post Office, how the Pospay customer loyalty Asia Post Office Africa and how the influence of Service Quality to customer loyalty. The research method used is survey method. The type of research conducted is verifikatif. The sampling technique used is incidental sampling technique. The population in this research is Pospay Consumer Asia Post Office Africa. Samples taken are Pospay Consumer Asia Post Office Africa with the number of 100 respondents. Data collection technique used is Questionnaire. Data analysis method used is Simple Linear Regression Analysis to know the direction of relationship between independent variable with dependent variable. The result of this research indicate the influence of Service Quality to Pospay customer loyalty of Asia Poas Office of Africa with p value = 0.000, correlation coefficient of 0,551 ( $R = 0,551$ ), and determinant coefficient ( $R\text{-Square}/R^2$ ) 30,4% %. This means that there is an influence between Quality of Service to customer loyalty.

**Keywords:** Service Quality, customer loyalty.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Pospay Kantor Pos Asia Afrika, bagaimana tanggapan responden tentang pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Pospay Kantor Pos Asia Afrika, bagaimana loyalitas pelanggan Pospay Kantor Pos Asia Afrika dan bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Jenis penelitian yang dilaksanakan bersifat verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling insidental. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pospay Kantor Pos Asia Afrika. Sampel yang diambil adalah konsumen Pospay Kantor Pos Asia Afrika dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Pospay Kantor Poas Asia Afrika dengan nilai  $p = 0.000$ , koefisien korelasi sebesar 0,551 ( $R = 0,551$ ), dan koefisien determinan ( $R\text{-Square}/R^2$ ) sebesar 30,4% %. Artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, loyalitas pelanggan.

### **A. Pendahuluan**

Dunia seakan berputar sangat cepat, apapun yang manusia butuhkan saat ini mudah didapatkan, perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi gaya hidup yang semakin mencolok dikarenakan perkembangan teknologi mempengaruhi bagaimana orang-orang untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Teknologi informasi lah yang sangat berperan atas apa yang telah mempengaruhi konsumsi orang-orang di dunia, salah satunya internet. Internet adalah kumpulan dari jutaan komputer di seluruh dunia yang terkoneksi antara yang satu dengan yang lain. Seiring berjalannya waktu, kita dikenalkan *smartphone* atau ponsel pintar. Dengan ponsel pintar yang dihubungkan dengan internet, masyarakat mampu mendapatkan apa saja yang ia inginkan dari internet mulai dari berita, gambar, video, tips memasak, bahkan berbelanja pun sekarang bisa menggunakan *smartphone*. Pengaruh perkembangan tersebut cukup berperan dalam

merubah pola hidup masyarakat dunia, yang semula tradisional, berkembang menjadi semi- tradisional, lalu melesat menuju pola hidup modern. Kita mengidentikkan pola hidup modern dengan pola hidup yang praktis dan serba cepat.

Zaman dan gaya hidup yang semakin maju membuat konsumen semakin konsumtif dalam memenuhi barang barang kebutuhannya, kebutuhan konsumen yang semakin bervariasi pada saat ini sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, dimana konsumen berupaya untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara agar semua kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi tanpa membutuhkan waktu yang lama.

Konsumen zaman sekarang sudah tidak berpatokan lagi kepada kebutuhan primer mereka, akan tetapi kebutuhan sekunder dan tersier mereka saat ini seolah- olah sudah mernjadi kebutuhan primer mereka juga. Ini memberikan gambaran bahwa kesejahteraan masyarakat semakin meningkat, sehingga menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat.

Saat ini arus informasi dan teknologi berkembang semakin cepat, membuat pergerakan barang barang produksi barang maupun jasa juga semakin cepat. Hal ini membuat para konsumen akan melakukan berbagai cara demi dapat memenuhi kebutuhannya.

Menyadari hal itu, banyak sekali produsen barang dan jasa saling menawarkan produknya dengan segala kelebihannya masing-masing. Para produsen saling berlomba untuk mendapatkan hati calon konsumennya, dan menawarkan berbagai macam sarana pembayaran demi kemudahan pembayaran calon konsumennya baik itu melalui *cash* maupun kartu kredit. Tapi jika berkaca kepada perkembangan teknologi informasi, sudah tidak efisien rasanya jika konsumen harus kesana kemari untuk membayar berbagai tagihan rumah tangganya, maka dari itu inovasi-inovasi selalu dituntut oleh masyarakat kepada perusahaan demi kemudahan bertransaksi tanpa harus kesana kemari melakukan pembayaran cicilan kendaraan ataupun hanya sekedar membeli token listrik contohnya. Sadar akan hal itu, kini PT Pos Indonesia mempunyai layanan pospay yaitu salah satu jenis pelayanan yang dikeluarkan oleh PT Pos Indonesia (persero) yang bergerak dibidang pembayaran berbagai tagihan rumah tangga seperti tagihan kartu kredit, isi ulang pulsa. Cukup di satu tempat konsumen dapat melakukan pembayaran berbagai tagihan dan angsuran “apapun” dengan menggunakan layanan pospay tentunya. Dengan melayani pembayaran seperti rekening listrik, pdam, cicilan kendaraan, tagihan belanja online, kartu kredit tentu saja layanan ini merupakan layanan yang ditunggu tunggu oleh konsumen karena selain hemat waktu tentu juga hemat biaya dan yang paling penting aman karena menggunakan *System Online Payment Point* (SOPP) yang telah menjangkau 4.800 jaringan kantor pos di seluruh Indonesia dan di 40.000 Agen pos yang akan terus dikembangkan menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah pada penelitian ini dibagi menjadi empat pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan di pospay asia afrika?
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan pospay asia afrika ?
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan pospay asia afrika ?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pospay asia afrika ?

## **B. Tinjauan Pustaka**

Menurut Tjiptono (2007:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Tjiptono (2007:133), mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi kualitas layanan sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*tangibles*) adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*) adalah dimensi yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), adalah dimensi yang berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*assurance*), adalah dimensi perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
5. Empati (*empathy*), adalah dimensi dimana perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Yamin (2010: 22) menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:
  - a. *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
  - b. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
  - c. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
  - d. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
  - e. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
  - f. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
  - g. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat

### C. Hasil dan Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen (Survey

### Pelanggan pada Pospay Kantor Pos Asia Afrika Bandung)

Berikut adalah hasil penelitian mengenai pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen (Survey Pelanggan pada Pospay Kantor Pos Asia Afrika Bandung), yang diuji menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.551 <sup>a</sup>	.304	.297	2.00756

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan

Besarnya sumbangan atau peranan variable kualitas pelayanan terhadap variable loyalitas pelanggan dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (KD). Koefisien Determinasinya (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0,304 atau sebesar 30,4% diperoleh dari hasil ( $r^2 \times 100\% = 0,304 \times 100\% = 30,4\%$ ), artinya variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 30,4% sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi faktor lain.

**Tabel 2. Koefisien Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.718	1.605		.447	.656
	Kualitas_Pelayanan	.270	.041	.551	6.539	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Pelanggan

Dari tabel tersebut juga diperoleh persamaan regresi adalah:

$$Y = 0,718 + 0,270X$$

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji t variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil sebesar 6.539, dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dikarenakan  $6.539 > 1.984$  dan dengan probabilitas  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pospay kantor pos.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan kualitas pelayanan di Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung sudah dapat dikategorikan cukup baik karena telah menerapkan 5 dimensi utama dari kualitas pelayanan yaitu, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan*

- empathy*.
2. Tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan yang dilakukan Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung berada pada kategori cukup, namun cenderung ke arah kurang baik karena masih ada beberapa indikator dari Kualitas Pelayanan yang menunjukkan hasil tidak baik bahkan sangat tidak baik.
  3. Loyalitas Konsumen pada layanan Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung berada pada kategori cukup, karena konsumen merasa cukup dengan pelayanan yang diberikan Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung
  4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pospay Kantor pos Asia Afrika Bandung.

### Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. 2007. *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong & Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Indeks Gramedia
- Durianto, Darmadi. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty Edisi Revisi*. Jakarta : Erlangg
- Griffin & Ebert . 2007. *Bisnis, Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga. Griffin & Ebert . 2008. *Bisnis, Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Garry & Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Prentice hall.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketigabelas Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2012. *Marketing Management 14 th Edition*. United States Of America: Pearson.
- Lusiana, Vera. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi ( Studi Pada Larissa Aesthetic Center Semarang )*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi. Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen jasa. Edisi pertama*. Yogyakarta. Andi.