

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**
(STUDI PADA PELANGGAN PT. POS INDONESIA CABANG KOTA PASURUAN)

Yulianisa Eka Prima Dewi, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Unisma Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail: yulianisaeka16@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial dan simultan serta mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan. Metode yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 70 orang pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan) dan koefisien determinasi dengan bantuan program analisis data SPSS 20. Hasil penelitian ini yaitu (1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,543 > 1,990$). (2) Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($3,813 < 1,990$). (3) Variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,270 > 3,13$). (4) Variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan adalah variabel harga. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) adalah 52% maka nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52% sedangkan sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how much influence the variable quality of service and price to customer satisfaction both partially and simultaneously and know which variables that influence dominant. The method used is associative with quantitative approach. The sample used amounted to 70 customers. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis was done by normality test, multiple linear regression analysis, t test (partial test), f test (simultaneous test) and coefficient of determination with the help of SPSS data analysis program 20. The results of this study are (1) Variable service quality significantly influence customer satisfaction. Evident from the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,543 > 1,990$). (2) Price variable has significant effect to customer satisfaction. Evident from the value of $t_{count} < t_{table}$ ($3,813 < 1,990$). (3) Variable quality of service and price together have a significant effect on customer satisfaction. Evident from the value $F_{count} > F_{table}$ ($36.270 > 3.13$). (4) The dominant variable affecting customer satisfaction of Pasuruan Post Office is price variable. The result of determination coefficient analysis shows that the influence between service quality variable (X1) and price variable (X2) is 52% then the value indicates that service quality and price influence to customer satisfaction 52% while the rest 48% influenced by other variable not included in this research.

Keyword: Quality of service, Price, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat di bandingkan pada tahun-tahun sebelumnya. Salah satu sektor jasa, yang berkembang saat ini adalah jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang semakin di butuhkan masyarakat karena seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan untuk mempermudah dalam pengiriman barang, dokumen penting dan sebagainya. Ketatnya persaingan pada jasa pengiriman barang, dapat di lihat dari banyaknya perusahaan pengiriman jasa barang yang baru bermunculan dan memberikan pelayanan dan penawaran harga yang bersaing.

Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 1746 ini menjadikan perusahaan yang terpercaya dalam pengiriman barang. Pos Indonesia melayani pengiriman barang seluruh Indonesia hingga pelosok-pelosok, tidak hanya Indonesia bahkan sampai ke luar negeri, yang di dukung oleh titik jaringan sebanyak $\pm$ 4.000 kantor pos dan 28.000 agen pos yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia

Kantor pos memiliki jangkauan pengiriman yang sangat luas, bahkan menjadi yang terluas di antara yang lainnya, sebab PT. Pos Indonesia bisa mencapai pelosok- pelosok pedalaman yang jarang bisa di akses oleh perusahaan sejenisnya, ini dapat mempermudah pelanggan ketika mengirimkan barang ke daerah yang sulit di jangkau. PT. Pos Indonesia juga memiliki fasilitas lacak kiriman di *website* yang dapat di akses oleh pelanggan dengan memasukkan nomor kiriman yang terdapat pada nota pengiriman, fasilitas tersebut di gunakan untuk memperoleh informasi mengenai keberadaan barang pelanggan, dari segi harga jika dibandingkan dengan perusahaan pengiriman barang lainnya, maka harga yang dikenakan oleh kantor pos lebih terjangkau dibanding perusahaan lainnya.

Fenomena yang terjadi di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan yaitu Kantor Pos pernah melakukan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang telah di tentukan, keterlambatan barang biasanya terjadi pada waktu –waktu hari besar, misalnya hari Raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru terjadi banyak pengiriman barang yang di lakukan pelanggan yang dapat menyebabkan keterlambatan barang sehingga tidak bisa

sampai ke tempat tujuan dengan tepat waktu, di samping itu keterlambatan barang juga dapat disebabkan adanya arus lalu lintas yang padat yang menyebabkan barang tersebut tidak tepat waktu sampai tujuan. Akan tetapi PT. Pos Indonesia terus meningkatkan pelayanannya agar barang pelanggan bisa sampai tepat waktu di tempat tujuan. . Berikut data statistik jumlah pengunjung yang mengirimkan barang dari tahun 2015-2017:

Tabel 1
Data pengunjung yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan

Tahun	Jumlah pengunjung
2015	32. 550
2016	34.985
2017	40.657

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa jumlah pengunjung yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan mengalami peningkatan dari tahun 2015-2017. Peningkatan jumlah pengunjung ini membuktikan bahwa Kantor Pos terus meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga banyak yang percaya akan jasa pengiriman barang di PT. Pos Indonesia.

PT. Pos Indonesia harus terus melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanan dan harga agar pelanggan puas akan hasil kerjanya dan tidak berpindah ke perusahaan pesaing. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan harus menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal tersebut telah terpenuhi, pesaing akan sulit untuk menyaingi dan merebut pelanggan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan)**”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan),

assurance (jaminan), *empathy* dan harga baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan ?

2. Variabel manakah antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* dan harga yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* dan harga baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui manakah variabel antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* dan harga yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Tjiptono, “kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan”.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, mengungkapkan bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, et al., (1996) dalam Tjiptono, “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya”.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan persepsi pelanggan apabila

perceived service (jasa yang di rasakan atau dipersepsikan) sesuai dengan *expected service* (jasa yang di harapkan), maka kualitas jasa yang bersangkutan akan di persepsikan baik atau positif. Tetapi jika *perceived service* lebih jekek dari pada *expected service*, maka kualitas jasa di persepsikan buruk atau negatif. Oleh sebab itu baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Daryanto dan Ismanto, untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Harga yang tinggi dan manfaat yang didapat tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Demikian juga harga yang murah dan manfaat yang di dapat oleh pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan

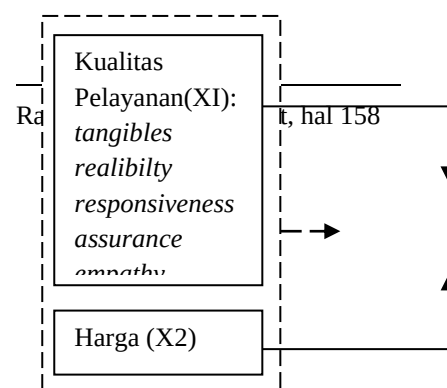
Kepuasan pelanggan bukan hanya di ukur dari kualitas pelayanan saja tetapi juga strategi perusahaan dalam menetapkan suatu harga, karena harga dapat menjadi alasan utama pelanggan dalam memilih produk atau jasa. Harga juga merupakan indikator yang menentukan kualitas produk atau jasa.

Menurut Lupiyoadi¹, dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Kualitas pelayanan dan harga memberikan suatu dukungan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan jasa , dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dan menetapkan harga yang sesuai dengan pelayanan yang di dapat oleh pelanggan.

Kerangka Hipotesis



Kepuasan
Pelanggan (Y)

Keterangan :
parsial $\rightarrow$
simultan $\Rightarrow$

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
4. Ha : Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel Variabel Independen (bebas) dalam penelitian ini adalah : kualitas pelayanan (X1) yang terdiri *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (Jaminan) *empathy* dan harga (X2). Sedangkan variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y). Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 70 orang responden yang merupakan pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling aksidental. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan Analisis Regresi

Linear Berganda. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan reliabel, sehingga data yang diperoleh pada penelitian ini adalah layak di uji.

Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing masing item untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,798 dan nilai terendah adalah sebesar 0,689. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel harga (X2) adalah 0,908 dan nilai terendah adalah sebesar 0,877. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,904 dan nilai terendah adalah sebesar 0,764. Semua hasil uji validitas menunjukkan angka $\alpha < 0,2352$ sehingga dinyatakan valid. Reliabilitas diketahui pada variabel X1 = 0,823; X2 = 0,742; Y=0,798. Semua hasil uji reliabilitas menunjukkan angka $> 0,6$ sehingga dinyatakan reliabel.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Penelitian ini menunjukkan terdapat 32 orang responden laki-laki dan 38 orang responden perempuan. Karakteristik responden berdasarkan yang paling dominan adalah responden umur 21-30 tahun. Mayoritas responden yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan adalah yang paling dominan adalah pelanggan yang mengirimkan barang >10 kali dalam setahun.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier
Berganda

Model	Coefficients ^a			ig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2,290	1,332		,719 090
kualitas_pelayanan	,275	,078	,385	,543 001
Harga	,535	,140	,414	,813 000

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

1. di prediksi oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga
2. $A = 2,290$ merupakan nilai konstanta, yaitu estimasi dari kepuasan pelanggan, jika variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan harga sama dengan 0, maka kepuasan pelanggan yaitu sebesar 2,290
3. $X_1 = 0,275$ merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika ada penambahan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,275.
4. $X_2 = 0,535$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika ada penambahan variabel harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,535

Tabel 3
Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.506	1,183

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,520. Apabila di prosentasekan nilai koefisien determinasi (R Square) 0,520 sama dengan 52 % maka nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52 % sedangkan sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,543 > 1,990$) dengan taraf signifikan ($0,01 < 0,05$), maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator : (a) *Tangibles* (bukti fisik), (b) *Realibility* (keandalan), (c) *Responsiveness* (ketanggapan), (d) *Assurance* (jaminan), (e) *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang

mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan.

Hasil penelitian ini di dukung penelitian terdahulu yang di lakukan Ghazali (2014), dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pada Expedisi CV. Jaya Samudra Surabaya”. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji parsial t_{hitung} sebesar 3,969 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Expedisi CV. Jaya Samudra Surabaya.

Hasil penelitian yang telah di lakukan dengan penelitian terdahulu sama- sama memiliki kesamaan dan saling mendukung yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa item- item mengenai kualitas pelayanan pada kuisioner memiliki nilai yang besar dan kuat. Hal ini di sebabkan karena kualitas pelayanan yang berikan secara maksimal oleh perusahaan kepada pelanggan

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,813 > 1,990$) dengan taraf signifikan ($0,00 < 0,05$), maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Artinya secara parsial variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan.

Hasil penelitian ini di dukung penelitian terdahulu yang di lakukan Prasetio (2013), dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Semarang”. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji parsial t_{hitung} 8,112 dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Nilai signifikan lebih kecil dari pada 0,005 menunjukkan bahwa variabel harga

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Semarang.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian terdahulu sama-sama memiliki kesamaan dan saling mendukung yaitu harga memiliki pengaruh yang signifikan atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa item-item mengenai harga pada kuisioner memiliki nilai yang besar dan kuat. Hal ini disebabkan karena harga yang diberikan perusahaan terjangkau dan sesuai dengan pelayanan yang di dapat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan. Hal ini di buktikan dengan analisis nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($36,270 > 3,13$) dengan taraf signifikan ($0,00 < 0,05$), maka H_0 di tolak dan H_a di terima, sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan. Hasil penelitian ini di dukung penelitian terdahulu yang di lakukan Ghazali (2014), dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pada Expedisi CV. Jaya Samudra Surabaya”. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji simultan f_{hitung} sebesar 23,122 dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,005 menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Expedisi CV. Jaya Samudra Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan.

Variabel Kualitas Produk Mempunyai Pengaruh Dominan terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.
Hasil Variabel Dominan

Variabel	Beta	Sig.
Kualitas pelayanan	0,385	0,001
Kualitas Produk (X2)	0,414	0.000

Diketahui variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Terdapat dua variabel bebas pada penelitian ini yakni variabel kualitas pelayanan dan variabel harga. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Beta 0,385 dengan signifikan $0,001 < 0,005$ dan variabel harga memiliki nilai Beta 0,414 dengan signifikan $0,001 < 0,005$. Semua variabel sama-sama memiliki pengaruh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, variabel kualitas pelayanan dan variabel harga sama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi kedua variabel tersebut ada salah satu yang lebih dominan yang mempengaruhi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan. Hasil uji parsial (t) tertera di atas dapat di simpulkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel harga dengan nilai beta 0,414 dengan arah pengaruh positif.

Penelitian ini menunjukkan variabel harga dengan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan. Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan, pelanggan yang mengirimkan barang di kantor pos sangat puas dengan harga yang di berikan terjangkau dan harga yang di berikan sesuai dengan pelayanan yang di dapat oleh pelanggan yang mengirimkan barang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos

Pasuruan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di kantor pos Pasuruan menunjukkan hasil analisis regresi di peroleh nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,543 > 1,990) dengan taraf signifikan (0,01 < 0,05). Variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di Kantor Pos Pasuruan. Hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi di peroleh nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,813 > 1,990) dengan taraf signifikan (0,00 < 0,05). Sedangkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (36,270 > 3,13) dengan taraf signifikan (0,00 < 0,05).

2. Berdasarkan nilai dari masing-masing variabel kualitas pelayanan dan harga, di ketahui bahwa variabel harga mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan dengan nilai beta sebesar 0,414. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga (X2) yang memiliki nilai dominan terhadap kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan.

Saran

1. Bagi perusahaan
Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan. Di sarankan kepada perusahaan agar memberikan pelayanan kepada pelanggan yang mengirimkan barang tetap memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* sehingga pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan tetap puas dengan

pelayanannya dan mengingat bahwa variabel harga merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sarankan perusahaan tetap memberikan harga yang sesuai dengan pelayanan yang di peroleh pelanggan yang mengirimkan barang di PT. Pos Indonesia Cabang Kota Pasuruan.

2. Bagi peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Besarnya variabel kualitas pelayanan dan harga 52% sisanya 48% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini bisa di perluas dengan menambahkan jumlah variabel yang di teliti, sekaligus sampel yang lebih banyak yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng utami ikasari, Sri suryoko, Sendang Nurseto. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang)*. Journal of social and politic. Diponegoro: Universitas Diponegoro
- Arikunto, Suharmisi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Ghozali, Moch. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Expedisi di Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Irawan dan Faried Wijaya. 1996. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: BPPE Yogyakarta.
- Kotler, philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – prinsip pemasarn edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Presetio, Ari. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal. Bandung: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang.
- Siregar, Syofian .2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Akasara.
- Santosa, Purbayu Budi. 2007. *Satastitika Deskriptif*. Semarang: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, hal. 12
- Sutojo, Siswanto. 2001. *Menyusun Strategi Harga*. Jakarta: Damar mulia pustaka
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy .2008. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Internet

- https://id.wikipedia.org/wiki/Pos_Indonesia, di akses tanggal 4 februari 2018.
- <http://www.satuharapan.com/read-detail/read/sektor-jasa-pegang-peran-penting-dalam-ekonomi-indonesia>, di akses pada tanggal 27 januari 2018