

Pengaruh Service Convenience terhadap Customer Satisfaction Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1 di Surabaya

Avedo Satya Mandiri

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

avedo.satya@yahoo.com

Abstrak - Jasa pengiriman lokal yang terdapat di Indonesia ada tiga antara lain PT Pos Indonesia, TIKI dan JNE. Dari ketiga perusahaan tersebut PT Pos Indonesia merupakan satu-satunya perusahaan BUMN. Salah satunya adalah Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1 yang terdapat pada kota Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service convenience* terhadap *customer satisfaction* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Target populasi adalah pelanggan yang pernah menggunakan layanan di Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya sebanyak dua kali dalam enam bulan terakhir. Karakteristik populasi adalah responden pria atau wanita, minimal pendidikan SMA, bertempat tinggal di Surabaya, pernah mengunjungi dan menggunakan layanan Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1 di Surabaya, pernah memiliki masalah atau pertanyaan terhadap layanan yang diberikan oleh Kantor Pos Simpang. Penelitian ini menggunakan aras pengukuran interval, yaitu suatu pengukuran yang mempunyai jarak yang sama dan selisih yang jelas. Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah numerical scale yang menggunakan lima tingkatan pilihan jawaban yang sudah tersedia disetiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian di dapatkan hasil bahwa *service convenience* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya mempunyai pengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci: *Service Convenience, Customer Satisfaction, Persepsi*

Abstract - Delivery service local that was found in Indonesia there are three of PT Pos Indonesia, among others Tiki and Jne. Of the three the company pt pos Indonesia is the only state companies. One of them is the post office simpang the parkway apsari no. 1 which is found in the city of Surabaya. The purpose of this study was to determine the effect of service convenience on customer satisfaction the Post Office Simpang the parkway apsari no 1 Surabaya. The data used in this research are derived from the data primary, namely the data collected through the spread of a questionnaire. The target population is the customer ever using service at the Post Office Simpang the parkway apsari no 1 Surabaya twice in the last six months. Characteristic of the population is respondents man or woman, high school, at least education

reside in Surabaya never actually visited and use service post office simpang the parkway apsari no. 1 in surabaya never have a problem or question against services rendered by the post office simpang. This study uses cedar measurement interval, which is a measurement that have the same distance and the difference is clear. Type of measurement scale used is the numerical scale that uses five levels of response options that are already available in every statement contained in the questionnaire. Data processing methods used in this study is a simple linear regression. From the results of the study showed that the convenience of service post office simpang the parkway apsari no 1 surabaya has an influence on customer satisfaction

Keyword: *Service Convenience, Customer Satisfaction, Perception*

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini kenyamanan merupakan faktor yang penting dalam bidang bisnis baik itu bisnis yang menjual produk ataupun jasa. Zaman sekarang perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan menawarkan kenyamanan. Kenyamanan dapat berupa nyaman dalam melakukan transaksi, kenyamanan dalam antri, kenyamanan dalam memesan, dan lain-lain. Peningkatan permintaan kenyamanan dikaitkan dengan iklim bisnis yang semakin kompetitif, kemajuan teknologi dan biaya *opportunity* yang semakin meningkat bersamaan dengan pendapatan (Berry, Seiders, Grewal, 2002) Kenyamanan menurut produk yaitu kenyamanan yang dilihat dari kemasan, ukuran, ketersediaan produk tersebut di pasaran, desain kemasan yang bisa menghemat tenaga dan waktu konsumen dalam menyimpan dan penggunaannya sedangkan kenyamanan menurut jasa yaitu kenyamanan yang berkaitan dengan waktu pelayanan, jam buka, ketersediaan fasilitas dan lain-lain. Semua bisnis secara tidak langsung menciptakan nilai bagi konsumennya dengan performa layanan dan karena kenyamanan menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian, maka memahami kenyamanan pelayanan akan memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan. Ada banyak literatur yang berhubungan dengan kenyamanan konsumen namun kurang spesifik dan komprehensif yang lebih fokus pada topik kenyamanan konsumen ini (Berry, Seiders, Grewall, 2002). Salah satu bisnis jasa yang mementingkan kenyamanan dan performa layanan adalah jasa pengiriman. Dalam dunia yang diwarnai oleh

perkembangan teknologi yang begitu pesat serta persaingan global yang semakin sengit, peran jasa pengiriman semakin penting untuk menunjang, mendorong, bahkan menggerakkan berbagai sektor kehidupan. Usaha jasa pengiriman baik lokal seperti PT Pos Indonesia, TIKI, Elteha, KGP, VIP maupun perusahaan pengiriman mancanegara seperti DHL, FedEx, UPS, TNT dan lain-lainya yang bermunculan bak jamur di musim penghujan, masing-masing berusaha untuk mengiringi para pelanggan dan membaca peluang yang ada sebagai peluang usaha dengan kata lain dapat dilambangkan sebagai hubungan bisnis yang sifatnya simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan pelanggannya. Sumber: (Winardi, 2010)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah regresi linear, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membentuk model hubungan antara variabel terikat/dependen (Y) dengan dengan satu variabel bebas/independen (X) pada pelanggan Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1 di Surabaya. dimana variabel terikat/dependen (Y) adalah *Customer Satisfaction* dan variabel bebas/independen (X) adalah *Service Convenience*. Dalam hal ini, *service convenience* akan mencakup lima dimensi berikut, yaitu *decision convenience*, *Access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *postbenefit convenience*. Sampel merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang hendak diteliti dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah responden yang pernah menggunakan layanan di Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1 di Surabaya minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Dalam pembuatan sigi awal, jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 35 responden. Namun, dari hasil evaluasi hanya terdapat 30 responden yang memenuhi karakteristik sebagai responden.

Dalam penelitian ini digunakan sampel yang diambil dari populasi melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 150 orang. Menurut Hair, Bush, Ortinau (2003:361) untuk

pengujian pasar memungkinkan jumlah responden sebanyak 150 orang hingga 200 orang

Dalam penelitian ini digunakan sampel yang diambil dari populasi melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Alasan digunakan *non probability sampling* adalah karena peluang masing-masing elemen populasi untuk dijadikan sampel tidak diketahui, hal ini sehubungan dengan jumlah populasi yang tidak teridentifikasi. Sedangkan dimaksud dengan *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menggunakan elemen-elemen termudah. Pemilihan elemen ini sepenuhnya tergantung pada penilaian peneliti atau pewawancara sehingga peneliti bebas menentukan elemen yang paling mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Service convenience secara keseluruhan pada Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya menurut persepsi pelanggan ini adalah sebesar 3,71, dari hasil ini diketahui bahwa persepsi pelanggan terhadap *service convenience* pada Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya dinilai positif karena nilai rata-rata *mean* diatas nilai 3,00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian responden secara keseluruhan terhadap *service convenience* yang diterapkan oleh Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya yaitu sebesar 3,71 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 0,901 dan memiliki koefisien variasi 24,29. Dengan demikian, maka dapat dikatakan *service convenience* positif. Dapat diketahui bahwa dimensi *transaction convenience* mempunyai nilai *mean* tertinggi sebesar 3,75 sedangkan untuk nilai *mean* terendah ada pada dimensi *postbenefit convenience* dengan nilai sebesar 3,67.

Tabel 16
Tanggapan Responden Terhadap *Service Convenience Dimensions* dan *Customer Satisfaction* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya

No	Pernyataan	Mean	SD	KV(%)
DECISION CONVENIENCE				
1	Informasi yang diberikan oleh Kantor Pos memudahkan dalam memilih layanan	3,56	0,719	20,20
2	Kantor Pos memberikan kesan mudah untuk memilih layanan	3,76	0,953	25,34
3	Informasi tentang layanan di Kantor Pos sangat jelas dan mudah dibaca	3,75	0,912	24,32
4	Kantor Pos memberikan biaya untuk jasa pengiriman dengan tepat	3,79	0,885	23,35
Rata-Rata Decision Convenience		3,71	0,867	23,3
ACCES CONVENIENCE				
1	Kantor Pos membuka jam layanan saat dibutuhkan	3,71	0,951	25,63
2	Kantor Pos dapat diakses melalui berbagai cara (telepon dan datang ke counter)	3,65	0,921	25,23
3	Jam beroperasi Kantor Pos sudah nyaman	3,79	0,902	23,80
4	Mudah dalam menemui pegawai di Kantor Pos	3,82	0,956	25,02
Rata-rata Acces Convenience		3,74	0,932	24,92
TRANSACTION CONVENIENCE				
1	Kantor Pos memberikan kemudahan dalam proses pembayaran	3,83	0,862	22,50
2	Pembayaran yang dilakukan di Kantor Pos dilayani dengan cepat	3,75	0,906	24,16
3	Tidak ada masalah untuk sepakat jika memerlukan tambahan waktu menunggu pembayaran	3,66	0,956	26,12
Rata-rata Transaction Convenience		3,75	0,908	24,26
BENEFIT CONVENIENCE				
1	Layanan di Kantor Pos dengan mudah dapat memberikan manfaat	3,55	0,864	24,34
2	Layanan di Kantor Pos dapat memecahkan masalah sesuai yang dibutuhkan	3,63	0,902	24,85
3	Waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat cukup sesuai`	3,83	0,865	22,58
Rata-rata Benefit Convenience		3,68	0,877	23,92
POSTBENEFIT CONVENIENCE				
1	Kantor Pos cepat dalam menanggapi masalah pada layanan yang diberikan	3,53	0,864	24,47
2	Mudah untuk menindaklanjuti layanan yang diberikan oleh Kantor Pos	3,61	0,925	25,62
3	Kantor Pos mampu menjawab pertanyaan tentang layanan yang diberikan	3,87	0,967	24,99
Rata-rata Postbenefit Convenience		3,67	0,919	25,03
Rata-Rata Service Convenience		3,71	0,901	24,29
CUSTOMER SATISFACTION				
1	Secara keseluruhan puas dengan layanan yang diberikan oleh Kantor Pos	3,77	0,979	25,96
2	Perasaan saat menggunakan layanan Kantor Pos lagi	3,69	0,835	22,63
3	Kesesuaian persepsi saat berinteraksi dengan pegawai Kantor Pos	3,70	0,873	23,59
4	Kesan terhadap layanan yang diberikan oleh Kantor Pos	3,89	0,886	22,77
5	Kepuasan setelah berinteraksi dengan pegawai Kantor Pos	3,87	0,936	24,18
Rata-Rata Customer Satisfaction		3,78	0,901	23,82

(Sumber : data kuesioner, diolah)

Berdasarkan hasil analisis data keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *service convenience* terhadap *customer satisfaction* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier dengan persamaan regresi bernilai positif, berarti hubungan antara *service convenience* dan *customer satisfaction* adalah hubungan yang positif atau apabila *service convenience* baik, maka *customer satisfaction* juga akan naik. Besarnya kenaikan *customer satisfaction* yang diakibatkan oleh kenaikan *service convenience* ditunjukkan dari nilai koefisien regresi *service convenience* sebesar 0,669 berarti apabila *service convenience* mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan skor persepsi, maka *customer satisfaction* akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,669 satu satuan skor persepsi.

Selain itu hasil analisis koefisien determinasi R^2 sebesar 0,44 atau 44% menunjukkan variasi persepsi pelanggan terhadap *service convenience* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya mampu menjelaskan variasi *customer satisfaction* sebesar 44%. Sedangkan sisanya sebesar 56% dijelaskan oleh variasi faktor-faktor lain yang tidak teramati. Faktor-faktor yang tidak teramati yaitu kualitas produk, harga, *emotional factor* dan biaya.

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa untuk meningkatkan *customer satisfaction* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya dibutuhkan layanan yang memberikan kenyamanan karena semakin nyaman layanannya, pelanggan akan semakin puas. Layanan yang nyaman mempunyai peranan penting untuk membentuk *customer satisfaction*. Semakin nyaman suatu layanan yang diberikan, maka *customer satisfaction* semakin tinggi. Bila *customer satisfaction* semakin tinggi, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Demikian pula sebaliknya, bila *customer satisfaction* rendah, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin rendah dan dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada badan usaha lain. Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya memiliki berbagai macam layanan yang dapat meningkatkan *customer satisfaction*, terlihat dengan memberikan biaya untuk jasa pengiriman dengan tepat, dalam hal ini pelanggan tidak dirugikan dengan beban biaya yang terlalu tinggi dalam menggunakan layanan jasa

pengiriman. Mudah dalam menemui pegawai di Kantor Pos, dalam hal ini pegawai kantor pos dengan mudah dapat ditemukan dan selalu ada saat dibutuhkan oleh para pelanggan. Kantor Pos memberikan kemudahan dalam proses pembayaran, dalam hal ini saat proses pembayaran pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama saat terjadi antrian. Waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat cukup sesuai, dalam hal ini waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat setelah menggunakan layanan kantor pos tidak terlalu lama sehingga pelanggan tidak dirugikan. Kantor Pos mampu menjawab pertanyaan tentang layanan yang diberikan, dalam hal ini kantor pos dapat memberikan jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan dengan jelas. Dari *service convenience* yang diberikan Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya kepada pelanggan maka dapat membuat pelanggan menjadi puas. Jika *service convenience* yang diberikan Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya baik, maka kepuasan pelanggan juga akan baik.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa *service convenience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* sehingga dapat dinyatakan “Ada pengaruh *service convenience* terhadap *customer satisfaction* Artotel Surabaya”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan keseluruhan pembahasan diatas, maka akan disampaikan beberapa rekomendasi sebagai sumbangan saran untuk Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya sebaiknya lebih meningkatkan lagi dimensi *postbenefit convenience* karena mendapatkan nilai yang paling rendah dibanding dimensi lainnya yaitu Kantor Pos cepat dalam menanggapi masalah pada layanan yang diberikan, Mudah untuk menindaklanjuti layanan yang diberikan oleh Kantor Pos dan Kantor Pos mampu menjawab pertanyaan tentang layanan yang diberikan. Manajemen Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya hendaknya membuat mengadakan pelatihan secara periodik guna

meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan pengetahuan pegawai dalam menindaklanjuti layanan yang telah diberikan kepada pelanggan. Dengan adanya pelatihan tersebut dapat memberikan motivasi kepada para pegawai kantor pos untuk memberikan kinerja yang lebih baik dalam menindaklanjuti layanan yang telah diberikan sehingga pelanggan merasa puas.

2. Diharapkan skripsi ini dapat menjadi rekomendasi atau acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek atau topik yang sama, sehingga dapat memberikan sedikit gambaran bagi orang lain.
3. Peneliti selanjutnya bisa memasukkan variabel lain karena penelitian memasukkan *service convenience* sebagai variabel *dependent* dan hanya mampu menjelaskan variabilitas *customer satisfaction* sebesar 44% sehingga masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi *customer satisfaction*.

DAFTAR PUSTAKA

Arief, Muhtosim.(2006). **Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan.**

Malang: Bayu Media.

Berry Leonard. L, Kathleen Seiders & Dhruv Grewal.(2002). *Understanding Service Convenience, Journal of Marketing*

Vol.66.

Kathleen Seiders, Glenn B. Voss, Andrea L. Godfrey, Dhruv Grewal.(2007). *SERVCON:Development and Validation of a Multidimensional Service Convenience Scale. Journal of the academy of Marketing Science.*

Kotler, Philip, Gary Armstrong.(2001). **Principles of Marketing**, Prentice Hall, Ninth Edition, New Jersey.

Metta D, Heri S, Ade W, Agus D, Aria W, Indra H, Ira L.(2012). **Lompatan Satu Dekade**, Katadata, Jakarta.

Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghali Indonesia.

Ratnasari, Ririn Tri.(2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Scott R. Colwell, May Aung, Vinay Kanetkar & Alison L. Holden.(2008).
*Toward a measure of service convenience: multiple-item scale development
and empirical test. Journal of Marketing.*

Tjiptono, Fandy.(2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

William, Winardi, 2010, **Aplikasi Metode Poka Yoke pada proses layanan
paket pos express di PT Pos Indonesia Kantor Pos Surabaya Selatan
60400**, Universitas Surabaya

<http://thearoengbinangproject.com/kantor-pos-simpang-surabaya/> diunduh pada
tanggal 29 Januari 2014

[www.wisata.kompasiana.com/jalan-jalan/2013/05/09/kantor-pos-bersejarah-di-
surabaya-554304.html](http://www.wisata.kompasiana.com/jalan-jalan/2013/05/09/kantor-pos-bersejarah-di-surabaya-554304.html) diunduh pada tanggal 29 Januari 2014

[www.posindonesia.co.id/index.php/berita/71-pt-pos-indonesiapersero-
menerima-
penghargaan-bumn-marketing-award-2013](http://www.posindonesia.co.id/index.php/berita/71-pt-pos-indonesiapersero-menerima-penghargaan-bumn-marketing-award-2013) diunduh pada tanggal 29
Januari 2014

<http://kekunaan.com/2014/01/kantor-pos-simpang.html> diunduh pada tanggal 28
Februari 2014

<http://www.posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos> diunduh
pada tanggal 29 Januari 2014