

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PT. POS (PERSERO) DI KOTA KUPANG

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Pos (Persero) in Kupang City.

Vinsensia Rosita Daniela Adelia Bere^{1,a)}, Apriana H. J. Fanggidae^{2,b)}, Debryana Y. Salean^{3,c)}, Markus Bunga^{4,d)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : a) rossbere104@gmail.com, b) apriana.fanggidae@staf.undana.ac.id,

c) debryana.salean@undana.ac.id, d) markusbunga@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor pos di kota Kupang. Jenis Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan Asosiatif/ Korelasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen PT. Pos dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan rumus lemmeshow. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T. Uji F dan Koefisien determinasi dengan olah data menggunakan aplikasi SSPS IBS Statistik 16 Hasil Penelitian menunjukan bahwa Daya Tanggap, Keandalan dan Jaminan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan Bukti fisik dan perhatian secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian secara simultan dalam penelitian ini bahwa variabel Bukti fisik, Daya tanggap, Keandalan, Jaminan dan Perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah perusahaan BUMN yang dalam sejarahnya pertama kali didirikan di Batavia, atau saat ini lebih dikenal Kota Jakarta. Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff yang pertama kali meresmikannya pada 26 Agustus 1746 silam. Pos Indonesia ini didirikan dengan tujuan untuk menjamin keamanan dari surat-surat penduduk dan bagi mereka yang berdagang dari kantor yang berlokasi di luar Jawa dan tentunya untuk mereka yang datang dan pergi ke Negeri Belanda. Dari situlah Pos Indonesia terus melakukan pelayanan yang terbaik dan mulai didirikan di kota-kota besar di Indonesia. Tidak sampai disitu, Sejarah Pos Indonesia mencatat bahwa perusahaan pengiriman barang ini beberapa kali mengalami perubahan status. Seperti Jawatan PT (Post, Telegraph dan Telephone). Namun, setelah dipimpin oleh Kepala Jawatan, operasi dari Pos Indonesia berbentuk layanan publik dan tidak mengandalkan komersialisasi Kemudian, Pos Indonesia kembali mencatat perubahan status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi atau PN Postel. Namun pada tahun 1965 saat perkembangan zaman berkembang menjadi lebih pesat Pos Indonesia berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro atau PN Pos dan Giro. Tidak sampai disitu mengenai sejarah

Pos Indonesia, di tahun 1978 Pos Indonesia kembali merubah statusnya menjadi Perum Pos dan Giro yang menyambung layanan untuk luar dan dalam negeri. Statusnya sebagai Perum Pos dan Giro berlangsung selama 17 tahun lamanya dan kembali merubah statusnya pada Juni 1995 silam dan hingga kini dikenal sebagai PT Pos Indonesia (Persero). PT. Pos beroperasi dalam bidang Pelayanan lalu lintas Surat Pos, Uang, barang dan Pelayanan lainnya, memiliki kelebihan yakni mematok tarif yang relatif murah, jangkauan pengiriman yang luas, timbangan yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan, memiliki cabang yang ada di tiap kecamatan dan desa seluruh Indonesia, serta jam Operasional yang Panjang (hingga malam hari), Tarif pengiriman dihitung per-gram bukan per-kilogram, maksimal berat barang yang dapat dikirim adalah 30kg. Konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan perusahaan jasa mana yang akan mereka gunakan. Dengan meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing dalam jasa pengiriman, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian konsumen akan merasa puas dengan perusahaan dan akan melakukan pembelian ulang pada perusahaan jasa tersebut. Namun dalam menjalankan bisnis umumnya masih mengalami berbagai masalah dan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan yang menjadi salah satu faktor untuk menentukan keberhasilan jasa pengiriman, penulis mengidentifikasi masalah yang hingga kini masih menjadi kendala dalam Kualitas Pelayanan. Dalam menghadapi persaingan antar perusahaan, PT. Pos sebagai perusahaan BUMN harus bersaing dengan perusahaan swasta. PT. Pos sebelumnya dikenal hanya sebagai jasa pengiriman surat saja tetapi seiringnya waktu dengan melihat peluang bisnis, PT. Pos kemudian berinovasi menjadi layanan publik dan jasa pengiriman barang. Fenomena yang terjadi saat ini terkait dengan kinerja PT. Pos Cabang Kota Kupang masih kalah saing dengan perusahaan swasta ini menunjukkan bahwa konsumen yang kurang puas untuk menggunakan jasa pengiriman di Kantor Pos Kota Kupang padahal kantor pos sendiri membantu perekonomian Indonesia dengan memberikan pendapatan negara, salah satu penyebab ketidakpuasan Konsumen adalah kualitas layanan Kantor Pos Kota Kupang yang belum sesuai dengan harapan konsumen dalam melakukan pengiriman, Minimnya sarana promosi, karena orang-orang hanya mengenal pos sebagai jasa pengiriman surat saja, hari libur tutup sehingga tidak ada aktivitas operasional dari kantor pos, dan beberapa marketplace jarang mencantumkan pos Indonesia sebagai jasa pengiriman.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan (Wyckof dalam Wisnalmawati, 2005). Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005). Kualitas pelayanan jasa memiliki lima indikator menurut (Kotler, 2012) yaitu:

1. Bukti Fisik
2. Daya Tanggap

3. Keandalan
4. Jaminan
5. Empati

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar 2005). Kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2014).

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan konsumen (Tjiptono, 2014) memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut.

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.
2. Dimensi kepuasan pelanggan Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.
3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*) Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.
4. Niat beli ulang (*repurchase intention*) Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*) Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.
6. Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*) Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen PT. Pos dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan rumus lemmeshow. Teknik

analisis data dalam penelitian ini adalah analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F dan Koefisien determinasi dengan olah data menggunakan aplikasi SSPS IBS Statistik 16

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen

Penelitian ini menggunakan program perhitungan computer. Seluruh kuesioner ditabulasi dengan program Exel dan menggunakan SSPS 16.0.

Uji Validitas

Uji Validitas Bukti Fisik

Uji validitas Bukti fisik menguji masing – masing variabel yang digunakan, dalam penelitian ini membuat 5 pernyataan yang harus dijawab 100 responden, untuk menguji indikator kualitas Pelayanan valid atau tidak.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Bukti Fisik

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X1.1	0.810	0,196	VALID
X1.2	0.850	0,196	VALID
X1.3	0.796	0,196	VALID
X1.4	0.833	0,196	VALID
X1.5	0.814	0,196	VALID

(Sumber: Data Primer diolah 2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung item pernyataan pada variabel Bukti Fisik lebih besar dari R_{tabel} dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid

Uji Validitas Daya Tanggap

Uji validitas daya tanggap menguji masing – masing variabel yang digunakan, dalam penelitian ini membuat 4 pernyataan yang harus dijawab 100 responden, untuk menguji indikator kualitas Pelayanan valid atau tidak.

Tabel 2.
Uji Validitas Daya Tanggap

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X2.1	0.808	0,196	VALID
X2.2	0.711	0,196	VALID
X2.3	0.865	0,196	VALID
X2.4	0.82	0,196	VALID

Sumber data primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung item pernyataan pada variabel Daya Tanggap lebih besar dari R_{tabel} dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Kehandalan

Uji validitas variabel Kehandalan menguji masing – masing variabel yang digunakan, dalam penelitian ini membuat 4 pernyataan yang harus dijawab 100 responden, untuk menguji indikator kualitas Pelayanan valid atau tidak

Tabel 3.
Uji Validitas Kehandalan

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X4.1	0.795	0,196	VALID
X4.2	0.773	0,196	VALID
X4.3	0.822	0,196	VALID
X4.4	0.809	0,196	VALID
X4.5	0.768	0,196	VALID

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung item pernyataan pada variabel Kehandalan lebih besar dari R_{tabel} dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Jaminan

Uji validitas variable jaminan menguji masing – masing variabel yang digunakan, dalam penelitian ini membuat 4 pernyataan yang harus dijawab 100 responden, untuk menguji indikator kualitas Pelayanan valid atau tidak.

Tabel 4.
Uji validitas jaminan

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X3.1	0.824	0,196	VALID
X3.2	0.889	0,196	VALID
X3.3	0.836	0,196	VALID
X3.4	0.869	0,196	VALID
X3.5	0.802	0,196	VALID

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung item pernyataan pada variabel Jaminan lebih besar dari R_{tabel} dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Perhatian

Tabel 5.
Uji Validitas Perhatian

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X5.1	0.866	0,196	VALID
X5.2	0.915	0,196	VALID
X5.3	0.866	0,196	VALID
X5.4	0.857	0,196	VALID

Sumber data primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai r hitung item pernyataan pada variabel Perhatian lebih besar dari R_{tabel} dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid.

Uji Validitas Kepuasan pelanggan

Tabel 6.
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Y1	0.775	0,196	VALID
Y2	0.85	0,196	VALID
Y3	0.833	0,196	VALID
Y4	0.782	0,196	VALID
Y5	0.829	0,196	VALID

(Sumber data primer diolah 2023)

Tabel di atas menunjukkan semua nilai R_{hitung} item pernyataan pada variabel tangible lebih besar dari r tabel dengan signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali 2006). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas peneliti menggunakan SPSS untuk uji statistic *Cronbach Alpha* > 0,06 atau 60% berarti terdapat data yang relabel pada tingkat kepercayaan 95%. sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%.

Bukti Fisik

Tabel 7.
Hasil Uji Reliabilitas Bukti Fisik

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.879 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel

Daya Tanggap

Tabel 8.
Hasil Uji Reliabilitas Daya Tanggap

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.819	4

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.819 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel

Kehandalan

Tabel 9.
Hasil Uji Reliabilitas Kehandalan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.898 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel

Jaminan

Tabel 10.

Hasil Uji Reliabilitas Jaminan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.849 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliable

Perhatian

Tabel 11.

Hasil Uji Reliabilitas Perhatian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.898 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliable

Kepuasan Pelanggan

Tabel 11.

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	5

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan pengujian di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar $0.870 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliable.

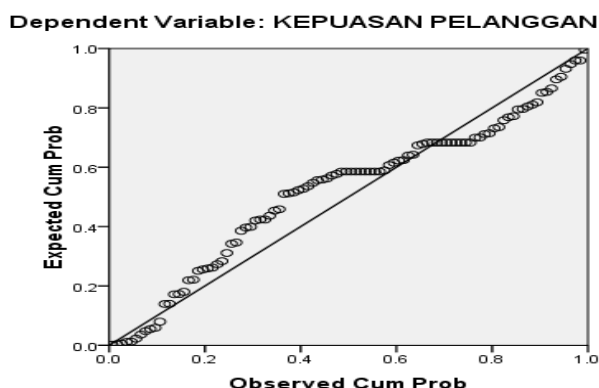
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji normal tidaknya distribusi data. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas salah satunya dapat dilakukan dengan melihat normalitas secara visual dengan normal probability plot yaitu

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
2. Jika datanya menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil pengujian normalitas di atas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini terdistribusi normal sehingga dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

Uji Multikoloneritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi atau memiliki hubungan, maka variabel ini tidak ortogonal atau tidak terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah ada tidaknya multikolonearitas, maka dapat diketahui melalui nilai tolerance atau variance inflation faktor (VIF) sebagai berikut

1. Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,1 maka model regresi terdapat masalah terhadap multikolonearitas
2. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka model regresi tidak terdapat masalah terhadap multikolonearitas

Tabel 12.
Hasil Uji Multikoloneritas

Coefficients^a

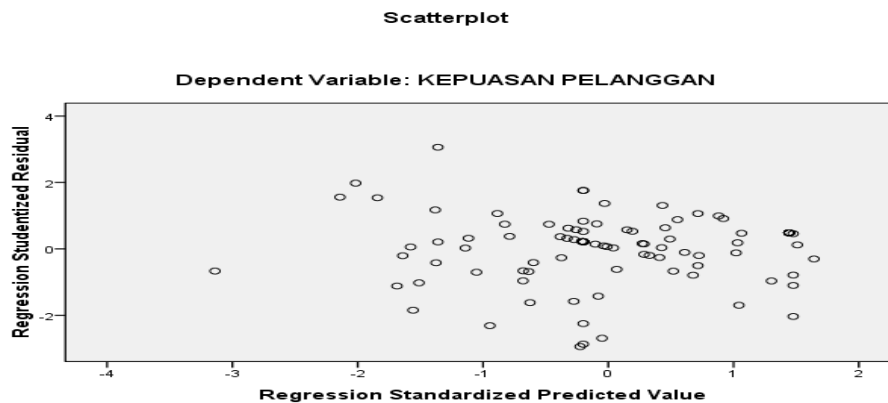
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.690	2.674		1.006	.317		
BUKTI FISIK	-.084	.138	-.070	-.605	.546	.486	2.058
DAYA TANGGAP	.607	.197	.357	3.086	.003	.486	2.056
KEHANDALAN	.494	.170	.434	2.906	.005	.292	3.422
JAMINAN	.053	.198	.038	2.269	.005	.332	3.017
PERHATIAN	-.149	.213	-.100	-.699	.788	.315	3.171

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber data primer diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil multikolonearitas dari variabel di atas mempunyai nilai tolerance >0.01 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolonearitas dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2.

Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas diketahui bahwa pola pada gambar tersebut menyebar dan titik-titik pada gambar tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Untuk mengetahui rentang skor item, indikator dan variabel maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1. Rentang skor item

Skor minimum: bobot terendah \times jumlah sampel = $1 \times 100 = 100$

Skor maksimum: bobot tertinggi \times jumlah sampel = $5 \times 100 = 500$

Rumus rentang skor:

$$R = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{JK}$$

$$R = \frac{500-100}{5}$$

$$R = 80$$

Dari perhitungan di atas maka diperoleh rentang skor sebesar 80, sehingga diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 13.

Rentang Skor dan Kriteria Penilaian Skor Item

Rentang Skor	Kriteria Penilaian
100- 180	Sangat Tidak Setuju
181-261	Tidak Setuju
262-342	Kurang Setuju
343-423	Setuju
424-500	Sangat Setuju

Sumber data primer diolah (2023)

2. Rentang Skor Variabel

1) Untuk Variabel (X1) Bukti Fisik Terdapat 5 pernyataan:

Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$

Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$

- Rentang = $(2500 - 500) / 5 = 400$
- 2) Untuk variabel (X2) Daya Tanggap terdapat 4 pernyataan:
 Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$
 Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$
 Rentang = $(2500 - 400) / 5 = 320$
- 3) Untuk Variabel (X3) Kehandalan Terdapat 5 pernyataan:
 Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$
 Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$
 Rentang = $(2500 - 500) / 5 = 400$
- 4) Untuk Variabel (X4) jaminan Terdapat 5 pernyataan:
 Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$
 Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$
 Rentang = $(2500 - 500) / 5 = 400$
- 5) Untuk variabel (X5) Jaminan terdapat 4 pernyataan:
 Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$
 Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$
 Rentang = $(2500 - 400) / 5 = 320$
- 6) Untuk Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan Terdapat 5 pernyataan:
 Skor Minimum: $1 \times 100 \times 5 = 500$
 Skor Maksimum: $5 \times 100 \times 5 = 2500$
 Rentang = $(2500 - 500) / 5 = 400$

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Daya tanggap (X2), Kehandalan (X3), Jaminan (X4), dan Perhatian (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 14.
Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.690	2.674			1.006	.317
BUKTI FISIK	-.084	.138	-.070		-.605	.546
DAYA TANGGAP	.607	.197	.357		3.086	.003
KEHANDALAN	.494	.170	.434		2.906	.005
JAMINAN	.053	.198	.038		2.269	.007
PERHATIAN	-.149	.213	-.100		-.699	.486

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

Koefisien Determinasi

Tabel 15.
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.354	3.26490

a. Predictors: (Constant), PERHATIAN, BUKTI FISIK, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEHANDALAN

Sumber data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0.387 adalah 38,7% yang berarti variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 38,7%, selebihnya 62,3% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 16.
Hasil Uji Signifikan (Uji t)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.690	2.674		1.006	.317
	BUKTI FISIK	-.084	.138	-.070	-.605	.546
	DAYA TANGGAP	.607	.197	.357	3.086	.003
	KEHANDALAN	.494	.170	.434	2.906	.005
	JAMINAN	.053	.198	.038	2.269	.007
	PERHATIAN	-.149	.213	-.100	-.699	.486

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan
 - 1) Menentukan Hipotesis
Ho: Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Ha: Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 - 2) Menentukan t hitung dan signifikansi
Dari tabel coefficient diperoleh t hitung sebesar -0,605 sedangkan nilai signifikansi 0,546.
 - 3) Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 94$ pada tingkat alpha alpha, pengujian dua sisi diperoleh t tabel = 0,198
 - 4) Kriteia pengujian
Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< \alpha$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> \alpha$, maka Ho diterima dan Ha ditolak
 - 5) Membandingkan t hitung dan t tabel dan signifikansi dengan alpha
T hitung (-0,605) $< t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,546) $> \alpha$ (0,05)
 - 6) Kesimpulan
Karena t hitung (-0,605) $< t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,546) $> \alpha$ (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan
 - 1) Menentukan Hipotesis
 Ho: Daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 Ha: Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 - 2) Menentukan t hitung dan signifikansi
 Dari tabel coefficient diperoleh t hitung sebesar 3,086 sedangkan nilai signifikansi 0,00
 - 3) Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 94$ pada tingkat alpha alpha, pengujian dua sisi diperoleh t tabel = 0,198
 - 4) Kriteia pengujian
 Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< \alpha$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
 Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> \alpha$, maka Ho diterima dan Ha ditolak
 - 5) Membandingkan t hitung dan t tabel dan signifikansi dengan alpha
 T hitung (3,086) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05)
 - 6) Kesimpulan
 Karena t hitung (3,086) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh Keandalan terhadap kepuasan pelanggan
 - 1) Menentukan Hipotesis
 Ho: Keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 Ha: Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 - 2) Menentukan t hitung dan signifikansi
 Dari tabel coefficient diperoleh t hitung sebesar 2,906 sedangkan nilai signifikansi 0,00
 - 3) Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 94$ pada tingkat alpha alpha, pengujian dua sisi diperoleh t tabel = 0,198
 - 4) Kriteia pengujian
 Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< \alpha$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
 Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> \alpha$, maka Ho diterima dan Ha ditolak
 - 5) Membandingkan t hitung dan t tabel dan signifikansi dengan alpha
 T hitung (2,906) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05)
 - 6) Kesimpulan
 Karena t hitung (2,906) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh Jaminan terhadap kepuasan pelanggan
 - 1) Menentukan Hipotesis
 Ho: Jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 Ha: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 - 2) Menentukan t hitung dan signifikansi
 Dari tabel coefficient diperoleh t hitung sebesar 2,269 sedangkan nilai signifikansi 0,00
 - 3) Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 94$ pada tingkat alpha alpha, pengujian dua sisi diperoleh t tabel = 0,198
 - 4) Kriteia pengujian

- Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 5) Membandingkan t hitung dan t tabel dan signifikansi dengan alpha
 T hitung (2,269) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05)
 - 6) Kesimpulan
Karena t hitung (2,269) $> t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,00) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
5. Pengaruh perhatian terhadap kepuasan pelanggan
- 1) Menentukan Hipotesis
 H_0 : Perhatian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 H_a : Perhatian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 - 2) Menentukan t hitung dan signifikansi
Dari tabel coefficient diperoleh t hitung sebesar -0,699 sedangkan nilai signifikansi 0,486.
 - 3) Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 94$ pada tingkat alpha alpha, pengujian dua sisi diperoleh t tabel = 0,198
 - 4) Kriteia pengujian
Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - 5) Membandingkan t hitung dan t tabel dan signifikansi dengan alpha
 T hitung (-0,699) $< t$ tabel (0,198) dan signifikansi (0,486) $> \alpha$ (0,05)
 - 6) Kesimpulan
Karena t hitung (-0,699) $< t$ tabel (0,486) dan signifikansi (0,546) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa variabel perhatian tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 17.
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	632.002	5	126.400	11.858	.000 ^a
	Residual	1001.998	94	10.660		
	Total	1634.000	99			

a. Predictors: (Constant), PERHATIAN, BUKTI FISIK, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEHANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber data primer olah data (2023)

Hasil uji F diatas menunjukkan bahwa secara stimultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tangibel, daya tanggao, perhatian, jaminan, kehandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari dignifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dibandingkan signifikansi f tabel 5% (0,05). Jila signifikansi F hitung $> F$ tabel maka H_0 di tolak . Hal ini berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara stimultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Menentukan hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas, X1, X2, X3, X4, X5 terhadap Y.

2. Menentukan F hitung

Dari tabel anova di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 11,858

3. Menentukan F tabel

$F = (k: n-k)$

5: (100-5)

F tabel = 2, 31

4. Membandingkan F hitung dan F tabel

F hitung (11,858) > (2,31) maka Ho ditolak

5. Kesimpulan

Karena F hitung (11,858) > F tabel (2,31) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik dan Perhatian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos Cabang Kota Kupang, sedangkan Daya Tanggap, Keandalan dan Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos Cabang Kota Kupang. Sementara itu, berdasarkan hasil uji simultan membuktikan bahwa variabel Kualitas pelayanan berupa Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan dan Perhatian berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos Cabang Kota Kupang. Tjiptono (2017) mengatakan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan kepuasan konsumen baik terhadap fasilitas yang di berikan Kantor Pos berkaitan dengan Interior Gedung, Kenyamanan Ruang tunggu, penampilan Karyawan Pos Kupang yang rapi dan bersih (Wifi), kebersihan dan kerapian lingkungan di sekitar Kantor pos tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos cabang Kota Kupang. Hal ini dapat diartikan bahwa penilaian konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Bukti Fisik di Kantor Pos berbeda-beda, tergantung pada persepsi konsumen yang bersangkutan, sesuai dengan kondisi. Penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prihandoyo,2019) bahwa variabel bukti fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Daya Tanggap secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos yang mana indikator dalam penelitian ini yaitu karyawan yang siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan, dan komunikasi yang lancar antara karyawan dan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Prahandoyo (2019), Finistyawan and Bessie (2020) bahwa Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Keandalan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di kantor pos karena konsumen lebih memilih elemen yang ada

pada dimensi ini yang mana karyawan yang selalu memberikan salam sebelum melayani konsumen, karyawan yang jujur dalam memberikan pelayanan dan juga karyawan yang melayani dengan teliti dan berusaha untuk menghindari kesalahan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Donar, dkk (2019), Afifah, dkk (2019), Prihandoyo (2019), Selan dan Bessie (2020) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dimensi Jaminan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos. Dimensi Jaminan menekankan pada kebijaksanaan dari pihak Kantor Pos dalam memberikan rasa aman, penguasaan pengetahuan mengenai jasa yang diberikan, sikap sopan dan ramah pada setiap pelanggan, memberikan informasi secara jelas dan mudah untuk dipahami. Sehingga dengan adanya jaminan yang diberikan oleh pihak Kantor Pos tersebut, para konsumen yang menggunakan jasa Kantor Pos tersebut merasa puas. Hal ini sesuai dengan pendapat Yazid (2008) yang menjelaskan bahwa jaminan mencakup keandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa dan kredibilitas. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Donar, dkk (2019), Afifah, dkk (2019), Yuventus dkk, (2020), yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Perhatian secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos yang mana dibuktikan dengan perhatian kepada pelanggan, selalu memberikan salam saat memberikan pelayanan, mengutamakan kepentingan pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor Pos. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Viona Aprilia (2012) yang menyatakan bahwa variabel perhatian tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu yang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk mempertahankan kualitas layanan, maka kepuasan pelanggan adalah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan dan Perhatian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos. Hal ini dikuatkan dengan adanya pendapat dari Kolter yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan (Panjaitan and Yuliati, 2016). Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu yang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu yang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk mempertahankan kualitas layanan, maka kepuasan pelanggan adalah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari

Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan dan Perhatian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos Hal ini dikuatkan dengan adanya pendapat dari Kolter yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan (Panjaitan and Yuliati, 2016). Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu yang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk mempertahankan Kepuasan Konsumen, maka Kualitas Pelayanan adalah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, Chandra (2005) menyatakan bahwa dengan adanya kualitas layanan yang baik didalam suatu usaha, maka 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. Dimensi Bukti dan Perhatian secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, namun dalam uji simultan Dimensi Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, , Jaminan dan Perhatian berpengaruh signifikan secara simultan ini dikarenakan dua (2) dimensi lainnya yakni Dimensi Daya Tanggap dan Keandalan berpengaruh dominan hal ini dilihat dari koefisien regresi Dimensi Keandalan dan Jaminan paling besar dibandingkan yang lainnya. Berdasarkan hasil analisis determinasi yang menunjukkan bahwa presentase pengaruh independen yaitu Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan dan perhatian) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen sebesar 38,7% yang berarti variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 38,7%, selebihnya 62,3% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Donar, dkk (2019), Afifah, dkk (2019), Yuventus dkk, (2020), yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada kantor PT. Pos mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di PT. Pos Cabang Kota Kupang dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil Uji Parsial, variabel Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik dan perhatian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di PT. Pos (Persero) di Kota Kupang, sedangkan Daya Tanggap, Keandalan dan Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos di Kota Kupang. Sementara itu, berdasarkan hasil uji simultan membuktikan bahwa variabel Kualitas pelayanan berupa Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Perhatian dan Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos di Kota Kupang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah.A.B.Ikram, Antonio E. L. Nyoko, & Ronald P. C. Fanggal. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Menginap (Studi Pada Resepsionis Hotel On The Rock Kupang)." *Journal of Managementurnal (SME's)* Vol. 9,(2):p167-174.
- Finistyawan, Yuventus K. ..., and Juita L. .. Bessie. 2020. "Finistyawan and Bessie/ Journal Of Management (SME's) Vol. 12, No.2, 2020, P149-165." *Journal Of Management*

- (SMEs) Vol. 12(2):149–65.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (ke-13). Erlangga.
- Prihandoyo, Cornelius. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan.” *Jurnal GeoEkonomi* 10(1):116–29. doi: 10.36277/geoekonomi.v10i1.59.
- Solomon & Elnora. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia, 2003.
- Selan, Donar W., and Juita L. D. Bessie. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Timor Megah Kota SoE, TTS).” *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 10(3):375–93. doi: 10.35508/jom.v10i3.2003.
- Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Popolo Coffee.” *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 9(2):114–26.
- Soliha, F. M., Winarni, L., & Haryanto, A. T. (2018). Quality of Health Services in the Health Gondangrejo, Gondangrejo District Karanganyar Regency. *Solidaritas*, 2(2).
- Fandy, Tjiptono. 1998. *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy 2016, *Service, Quality And Satisfaction*, Cv Andi Offset Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra, 2012, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2017). Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik - Mengupas Pemasaran Strategic, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga eMarketing*. Edisi III. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-16