

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia KCU Semarang yang berlokasi di Jl. Pemuda No.4, Pandansari, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah. PT. Pos Indonesia pertama kali didirikan oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Inhoff berlokasi di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1746, dengan maksud guna menyokong arus komunikasi surat untuk keperluan *colonial* yang berlokasi di Indonesia dengan Negara Belanda serta negara-negara lainnya. Dengan adanya perkembangan jaman, Kantor PT. Pos Indonesia mengalami beberapa perubahan seiring dengan perkembangan laju jaman, yaitu:

1. Setelah ditemukan teknologi penyimpanan berita dengan menggunakan telegrap serta telepon, peran dari kantor pos saat itu semakin penting. Oleh karena itu, di tahun 1907 dibangunlah pos, telepon, serta telegrap, yang setelah itu dikenal dengan nama Jawatan Pos, Telegrap, serta Telepon, disingkat PTT.
2. Jawatan tersebut dilempar kewenangannya ke Angkatan Muda PTT atau disingkat AMPTT. dari pemerintahan militer Negara Jepang di tanggal 27 September 1945. Sejak saat itu, tanggal ini sudah menjadi awal sejarah berdirinya Jawatan PTT Republik Indonesia serta diperingati dengan tiap tahun sebagai Hari Bakti Ponsel.
3. Seiring dengan adanya keberhasilan serta kemajuan yang diraih oleh PTT, yang dipandang sudah memenuhi syarat, status Jawatan PTT pada tahun 1961 bertransformasi menjadi Perusahaan Negara Pos serta Telekomunikasi (PN PONSEL).

4. Kemudian, guna menyesuaikan diri dengan permintaan adanya kemajuan teknologi serta kebutuhan dipasar, PN PONSEL merasa kurang fleksibel dalam memegang berbagai peluang bisnis yang baru muncul. Maka dari itu, di tahun 1945, pemerintah memutuskan untuk membagi fungsi PN PONSEL menjadi PN POS serta GIRO berlandaskan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1965, serta PN Telekomunikasi yang didirikan berlandaskan Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1965.
5. Pada perkembangan selanjutnya, PN POS serta GIRO menjumpai dua kali atas berubahnya status guna memfasilitasi pergerakan yang lebih tidak kaku pada saat menjalankan misi pada usaha serta sosialnya. Di tahun 1978, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 9 Tahun 1978, bertransformasi menjadi Perusahaan Umum POS serta GIRO. Saat ini, telah berstatus sebagai Badan Perusahaan, yaitu PT. Pos Indonesia, yang diresmikan di tanggal 20 Juni 1995 berlandaskan Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 1995.

4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.1.1 Visi Perusahaan

“Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif.”

4.1.1.2 Misi Perusahaan

Misi yang telah ditetapkan oleh PT. Pos Indonesia sebagai berikut:

“Bertindak Efektif Untuk Mencapai *Performance* Terbaik”

4.1.2 Makna dan Filosofi Logo Perusahaan

Setiap perusahaan memerlukan logo sebagai identitas yang dapat dengan mudah dikenali oleh konsumennya. Logo berperan penting dalam menciptakan pengenalan yang kuat di benak konsumen. Ketika sebuah perusahaan memiliki logo yang unik dan bermakna, identitasnya akan lebih mudah dikenali. Sebaliknya, tanpa adanya logo, pelanggan akan kesulitan mengenali perusahaan, yang dapat berpengaruh negatif pada kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya.

Hal ini juga berlaku untuk PT. Pos Indonesia. Agar perusahaan ini mampu membangun reputasi di kalangan masyarakat dan memiliki keunikan yang membedakannya dengan perusahaan lain. Logo tersebut diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Logo PT. Pos Indonesia KCU Semarang

Sumber: PT. Pos Indonesia KCU Semarang, 2025

Kehadiran PosIND menandai langkah transformasi yang signifikan dan membuka lembaran baru dalam perjalanan panjang industri pos di Indonesia. PosIND tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam pertumbuhan bisnis, dengan tekad untuk mempercepat dan

meningkatkan sektor logistik di Indonesia. Dengan semangat kolaborasi dan integrasi, PosIND memiliki visi untuk membangun sinergi logistik yang menjadi fondasi ekonomi negara.

1. "POS" berasal dari "Pos Indonesia," yang mencerminkan aspirasi perusahaan dalam menyediakan solusi layanan logistik yang terintegrasi dan efisien.
2. "IND" merupakan singkatan dari *Integrated National Distribution*, di mana "*Integrated*" menggambarkan sinergi dan kolaborasi, sementara "*National Distribution*" menegaskan komitmen serta dedikasi dalam memenuhi berbagai kebutuhan logistik di seluruh negeri.
3. "LOGISTIK INDONESIA" berfungsi sebagai penguat identitas dan visi perusahaan, sekaligus menegaskan bahwa ini adalah bagian dari sistem logistik nasional Indonesia.

4.2. Deskripsi responden

Dalam penelitian ini dapat ditemukan 60 responden yang mengisi kuesioner peneliti, responden tersebut merupakan pelanggan PT. Pos Indonesia KCU Semarang. Dalam bagiannya responden terbagi menjadi jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, frekuensi penggunaan layanan, jenis layanan. Hal ini akan dijelaskan dalam tabel berikut:

4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	37	61.7	61.7	61.7
	Perempuan	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 37 orang dengan persentase 61,7%. Sedangkan pada jenis kelamin Perempuan sebanyak 23 orang dengan persentase 38,3%. Dari data tersebut dapat dikategorikan bahwa dominasi responden merupakan berjenis kelamin laki – laki.

4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	6	10.0	10.0	10.0
	20 - 30	43	71.7	71.7	81.7
	31 - 40	8	13.3	13.3	95.0
	> 40	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan usia < 20 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 10%, responden dengan usia 20 – 30

tahun sebanyak 43 orang dengan persentase 71,7%, responden dengan usia 31 – 40 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 13,3%, responden dengan usia > 40 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 5%. Dari data tersebut dapat dikategorikan bahwa dominasi responden berusia 20 – 30 tahun.

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	5	8.3	8.3	8.3
	Mahasiswa/i	16	26.7	26.7	35.0
	Karyawan/ti	23	38.3	38.3	73.3
	Pelaku Usaha	13	21.7	21.7	95.0
	Pegawai Negeri Sipil	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 5 orang dengan persentase 8,3%, responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/i sebanyak 16 orang dengan persentase 26,7%, responden dengan pekerjaan karyawan/ti sebanyak 23 orang dengan persentase 38,3%, responden dengan pekerjaan sebagai pelaku usaha sebanyak 13 orang dengan persentase 21,7%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 3 orang dengan persentase 5%. Maka dari itu, dapat dikategorikan bahwa dominasi responden berdasarkan pekerjaan yaitu sebagai karyawan/ti.

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	60	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang berjumlah 60 orang semuanya berdomisili di Kota Semarang.

4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan

Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan

Frekuensi Penggunaan Layanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 kali	11	18.3	18.3	18.3
	3 - 5 kali	6	10.0	10.0	28.3
	6 - 10 kali	32	53.3	53.3	81.7
	> 10 kali	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah frekuensi penggunaan layanan sebanyak 1 – 2 kali berjumlah 11 orang dengan persentase 18,3%, responden dengan jumlah frekuensi penggunaan layanan sebanyak 3 – 5 kali berjumlah 6 orang dengan persentase 10%, responden dengan jumlah frekuensi penggunaan layanan sebanyak 6 – 10 kali berjumlah 32 orang dengan persentase 53,3%, responden dengan jumlah frekuensi penggunaan layanan sebanyak > 10 kali berjumlah 11 orang dengan persentase 18,3%. Dari data tersebut

dapat dikategorikan bahwa dominasi responden berdasarkan frekuensi penggunaan layanan yaitu 6 – 10 kali.

4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Layanan

Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Layanan

Jenis Layanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengiriman Surat/Dokumen	22	36.7	36.7	36.7
	Pengiriman Paket	31	51.7	51.7	88.3
	Layanan Keuangan (Giro, Wesel, dll.)	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah jenis layanan yang sering dipakai yaitu pengiriman surat/dokumen sebanyak 22 orang dengan persentase 36,7%, responden dengan jumlah jenis layanan yang sering dipakai yaitu pengiriman paket sebanyak 31 orang dengan persentase 51,7%, responden dengan jumlah jenis layanan yang sering dipakai yaitu layanan keuangan (giro, wesel, dll.) sebanyak 7 orang dengan persentase 11,7%. Maka dari itu, dapat dikategorikan bahwa dominasi responden berdasarkan jenis layanan yang paling sering dipakai yaitu pengiriman paket.

a. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki, dengan total 37 orang. Jumlah responden berdasarkan usia yang paling banyak adalah berusia 20 – 30 tahun

sebanyak 43 orang. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak adalah sebagai karyawan/ti sebanyak 23 orang. Jumlah responden berdasarkan domisili semua responden 60 orang berdomisili di Kota Semarang. Jumlah responden berdasarkan frekuensi penggunaan layanan yang paling banyak yaitu penggunaan 6 – 10 kali sebanyak 32 orang. Dan yang terakhir untuk jumlah responden berdasarkan jenis layanan yang paling banyak adalah menggunakan layanan pengiriman paket yaitu sebanyak 31 orang.

4.3. Analisis Deskriptif

Bagian ini menjelaskan hasil dari tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner, yang disajikan dengan menggunakan persentase, nilai rata-rata, nilai yang paling dominan (*mode*), dan penjelasan deskriptif.

4.3.1 Kualitas Pelayanan (X1)

Pada variabel Kualitas Pelayanan terdapat sepuluh butir pertanyaan pada kuesioner. Berikut merupakan tingkat persentase, *mean*, *mode*, dan analisis deskriptif pada butir pertanyaan pada kuesioner variabel Kualitas Pelayanan:

Tabel 4. 7 Frekuensi dan persentase jawaban Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Mean	Mode
1	PT Pos Indonesia KCU Semarang selalu mengirimkan barang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan	42	15	1	1	1	4,6	5
Persentase		70%	25%	1,7%	1,7%	1,7%	Baik	
2	PT Pos Indonesia KCU	9	43	5	1	2	3,93	4

	Semarang memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan setiap saat							
Persentase		15%	71,7%	8,3%	1,7%	3,3%	Baik	
3	Karyawan PT Pos Indonesia KCU Semarang cepat dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan pelanggan	25	19	12	3	1	4,06	5
Persentase		41,7%	31,7%	20%	5%	1,7%	Baik	
4	PT Pos Indonesia KCU Semarang menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses terkait layanan pengiriman	12	31	12	4	1	3,81	4
Persentase		20%	51,7%	20%	6,7%	1,7%	Baik	
5	Karyawan PT Pos Indonesia KCU Semarang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan kepada pelanggan	15	23	6	9	7	3,5	4
Persentase		25%	38,3%	10%	15%	11,7%	Baik	
6	Saya merasa aman dan percaya terhadap layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang	12	21	10	11	6	3,36	4
Persentase		20%	35%	16,7%	18,3%	10%	Baik	

7	Karyawan PT Pos Indonesia KCU Semarang memperlakukan pelanggan dengan sopan dan menghargai kebutuhan mereka	16	16	6	9	13	3,21	4
Persentase		26,7%	26,7%	10%	15%	21,7%	Baik	
8	PT Pos Indonesia KCU Semarang memberikan perhatian khusus kepada pelanggan yang membutuhkan bantuan tambahan	14	27	9	7	3	3,7	4
Persentase		23,3%	45%	15%	11,7%	5%	Baik	
9	Fasilitas dan peralatan yang digunakan PT Pos Indonesia KCU Semarang dalam memberikan layanan terlihat modern dan terawat dengan baik	13	34	5	5	3	3,81	4
Persentase		21,7%	56,7%	8,3%	8,3%	5%	Baik	
10	Penampilan karyawan PT Pos Indonesia KCU Semarang rapi dan profesional saat melayani pelanggan	22	20	8	6	4	3,83	5
Persentase		36,7%	33,3%	13,3%	10%	6,7%	Baik	
Kualitas Pelayanan (X1)							3,78	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Dari tabel frekuensi dan persentase jawaban responden, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai rata-rata tertinggi terletak pada butir pernyataan pertama

dengan nilai 4,6 yaitu “Pengiriman barang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan”. Dengan detail jawaban sangat setuju sejumlah 42 responden, setuju 15 responden, dan cukup setuju 1 responden. Sementara itu, jawaban dengan nilai rata-rata paling rendah terletak pada butir pernyataan ke-7 dengan nilai 3,21 yaitu “Memperlakukan pelanggan dengan sopan dan menghargai kebutuhan mereka”. Dengan rincian yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 responden, setuju 16 responden, dan cukup setuju 6 responden. Dengan demikian pengiriman barang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan akan meningkatkan kualitas pelayanan di PT Pos Indonesia KCU Semarang.

4.3.2 Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Tabel 4. 8 Frekuensi dan persentase jawaban Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Mean	Mode
1	Barang yang saya terima dari PT Pos Indonesia KCU Semarang tiba sesuai dengan jadwal yang tertera pada aplikasi pembelian	33	18	7	1	1	4,35	5
Persentase		55%	30%	11,7%	1,7%	1,7%	Baik	
2	Barang yang saya terima dari PT Pos Indonesia KCU Semarang tidak mengalami keterlambatan yang	17	34	8	0	1	4,1	4

	signifikan dibandingkan dengan jadwal yang dijanjikan							
Persentase		28,3%	56,7%	13,3%	0%	1,7%	Baik	
3	Waktu pengiriman barang oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang sesuai dengan estimasi yang telah diinformasikan sebelumnya	24	8	14	6	8	3,56	5
Persentase		40%	13,3%	23,3%	10%	13,3%	Baik	
4	Saya merasa puas dengan kecepatan pengiriman barang oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang dibandingkan dengan layanan serupa	3	22	7	20	8	2,86	4
Persentase		5%	36,7%	11,7%	33,3%	13,3%	Baik	
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)							3,71	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel frekuensi dan persentase jawaban responden menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi terletak pada butir pernyataan ke-2 dengan nilai 4,1 yaitu “Barang yang diterima tidak mengalami keterlambatan yang signifikan dibandingkan dengan jadwal yang dijanjikan”. Dengan rincian yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden, setuju 34 responden, dan cukup setuju 8 responden. Sedangkan untuk jawaban dengan rata-rata terendah terletak pada butir pernyataan ke-4 dengan nilai 2,86 yaitu “Kepuasan kecepatan pengiriman barang

dengan layanan serupa”. Dengan rincian yang menjawab sangat setuju sebanyak 3 responden, setuju 22 responden, dan cukup setuju 7 responden. Dengan demikian ketepatan waktu seperti barang yang diterima pelanggan dari PT Pos Indonesia KCU Semarang tidak mengalami keterlambatan yang signifikan dibandingkan dengan jadwal yang dijanjikan.

4.3.3 Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4. 9 Frekuensi dan persentase jawaban Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Mean	Mode
1	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang	31	22	6	0	1	4,36	5
Persentase		51,7%	36,7%	10%	0%	1,7%	Baik	
2	Layanan yang saya terima dari PT Pos Indonesia KCU Semarang sesuai dengan harapan saya	12	39	8	0	1	4,01	4
Persentase		20%	65%	13,3%	0%	1,7%	Baik	
3	Saya merasa senang menggunakan layanan pengiriman dari PT Pos Indonesia KCU Semarang	19	13	12	6	10	3,41	5
Persentase		31,7%	21,7%	20%	10%	16,7%	Baik	
4	Saya bersedia menggunakan kembali layanan PT	15	27	6	6	6	3,65	4

	Pos Indonesia KCU Semarang karena pengalaman yang menyenangkan							
Persentase		25%	45%	10%	10%	10%	Baik	
5	Saya jarang mengalami kendala atau permasalahan saat menggunakan layanan PT Pos Indonesia KCU Semarang	20	10	6	12	12	3,23	5
Persentase		33,3%	16,7%	10%	20%	20%	Baik	
6	Saya tidak memiliki keluhan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang	9	28	9	7	7	3,41	4
Persentase		15%	46,7%	15%	11,7%	11,7%	Baik	
Kepuasan Pelanggan (Y)							3,68	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel frekuensi dan persentase jawaban dari responden dapat disimpulkan bahwa rata-rata tertinggi terletak pada butir pernyataan pertama dengan nilai 4,36 yaitu “Kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang”. Dengan rincian yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 responden, setuju 22 responden, dan cukup setuju 6 responden. Sedangkan untuk jawaban dengan rata-rata terendah terletak pada butir pernyataan ke-5 dengan nilai 3,23 yaitu “Tidak kerap mengalami kendala atau permasalahan saat menggunakan layanan PT Pos Indonesia KCU Semarang”. Dengan rincian

yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 responden, setuju 10 responden, dan cukup setuju 6 responden. Dengan demikian pelanggan PT Pos Indonesia KCU Semarang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

4.4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara yang memprediksi hasil dari suatu riset; pada dasarnya, ini merupakan ramalan tentang temuan yang akan didapatkan (Bungin & Mashudi, 2022).

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuan uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki presisi dalam estimasi. Hasil uji hipotesis yang baik merupakan uji yang berkaitan dan berpadu pada uji asumsi klasik karena menjadi dasar uji regresi linier berganda, yang meliputi:.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2021). Terdapat dua metode untuk mengidentifikasi apakah residual F berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara sebagai berikut :

1. Analisis Grafik

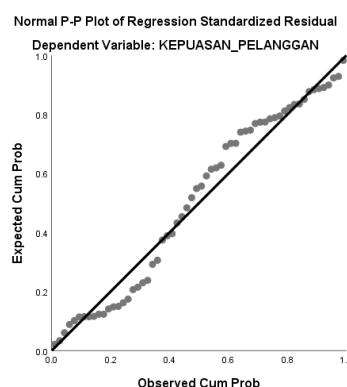
Mendeteksi dengan mengamati pola penyebaran titik-titik data di sekitar garis diagonal pada grafik *normal probability plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada :

- a. Apabila titik-titik data tersebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal pada *normal probability plot*, atau histogramnya membentuk pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila titik-titik data tersebar jauh dari atau tidak mengikuti garis diagonal pada *normal probability plot*, atau histogramnya tidak membentuk pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji statistik pada penelitian ini menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Data dikatakan normal apabila probabilitas signifikannya diatas 0,05.

Untuk mencapai tujuan ini, digunakan grafik *uji P-Plot* dan uji *Kolmogorov-Smirnov*, di mana interpretasi didasarkan pada nilai signifikansinya.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data Grafik P-Plot

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan gambar diatas memperlihatkan grafik *normal probability plot* yang menunjukkan titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data

residual yang dihasilkan berdistribusi normal, dengan kata lain, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Untuk memperkuat hasil uji grafik p-plot yang hanya berdasarkan pengamatan subjektif, maka perlu dilakukan uji *one sample kolmogorov-smirnov (K-S)*. Residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Berikut hasil uji *one sample kolmogorv-smirnov (K-S)*:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Data Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.10492360
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.101
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan data tabel *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* diatas, dapat dilihat nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* adalah 0,068 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai sig. 0,05. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk memastikan apakah model yang digunakan dalam analisis sudah sesuai atau tidak (Astuti & Rahadi, 2021) . Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 25. Berikut prosedur pengujian linieritas dalam penelitian ini:

- a. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H_0 ditolak (menunjukkan bahwa model regresi tidak linear).
- b. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (menunjukkan bahwa model regresi linear).

Jadi, uji linearitas berfungsi untuk membantu dalam memilih metode analisis yang tepat dalam penelitian. Jika data penelitian menunjukkan sifat linear, maka analisis regresi linear yang akan digunakan. Model regresi dianggap linear jika nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih tinggi dari 0,05.

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN_PELANGGAN * KUALITAS_PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	504.304	15	33.620	2.153	.025
		Linearity	196.623	1	196.623	12.591	.001
		Deviation from Linearity	307.681	14	21.977	1.407	.190
	Within Groups		687.096	44	15.616		
	Total		1191.400	59			

Gambar 4. 3 Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Untuk melihat sebuah data penelitian linear atau tidak, ketentuannya yaitu dapat melihat nilai sig. berasal dari kolom *deviation from linearity*. Jika nilai sig > 0,05 maka, sebuah data tersebut mempunyai hubungan yang linear. Berdasarkan dari ketentuan tersebut, nilai sig. pada variabel X1 dengan Y

menunjukkan dari *deviation from linearity* yaitu $0,190 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini memiliki hubungan yang linear.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN_PELANGGAN * KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN	Between Groups	(Combined)	1173.400	55	21.335	4.741	.069
		Linearity	184.874	1	184.874	41.083	.003
		Deviation from Linearity	988.526	54	18.306	4.068	.089
	Within Groups		18.000	4	4.500		
	Total		1191.400	59			

Gambar 4. 4 Hasil Uji Linearitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Untuk melihat sebuah data penelitian linear atau tidak, ketentuannya yaitu dapat melihat nilai sig. berasal dari kolom *deviation from linearity*. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka, sebuah data tersebut mempunyai hubungan yang linear. Berdasarkan dari ketentuan tersebut, nilai sig. pada variabel X2 dengan Y menunjukkan dari *deviation from linearity* yaitu $0,890 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini memiliki hubungan yang linear.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini yaitu menggunakan regresi linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi terkait adanya korelasi antar variabel terikat (Ghozali, 2021). Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel terikat. Apabila variabel terikat berkorelasi, variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel terikat dengan nilai korelasi nol antar sesama variabel

terikat. Multikolonieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* dan variabel terikat terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel terikat lainnya. Nilai *tolerance* yang sering digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolonieritas. Nilai *cut off* yang umum yaitu :

1. Jika nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 , menunjukkan tidak adanya multikolonieritas
2. Jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai *VIF* ≥ 10 , menunjukkan adanya multikolonieritas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.134	3.779		2.682	.010		
	KUALITAS PELAYANAN	.306	.096	.401	3.198	.002	.933	1.072
	KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN	.026	.152	.021	.170	.866	.933	1.072

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Gambar 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya Multikolinieritas. Dikarenakan nilai *tolerance* dari variabel kualitas pelayanan (X^1) memiliki nilai 0,933 dan untuk variabel ketepatan waktu pengiriman (X^2) memiliki nilai 0,933, yang mana nilai tersebut tentunya melebihi dari 0,100. Serta untuk nilai VIF dari variabel Kualitas Pelayanan (X^1) memiliki nilai 1,072, dan untuk variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memiliki nilai 1,072, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak melebihi dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya masalah dalam multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Munculnya autokorelasi disebabkan oleh adanya keterkaitan antara pengamatan yang berurutan dalam rentang waktu. Autokorelasi dapat dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (d) (Sari & Aulia, 2022). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (d) dibandingkan dengan nilai tabel d pada $\alpha = 0,05$, yang terdiri dari nilai batas atas (dL) dan nilai batas bawah (dU).

1. Jika $d < dL$ atau $d > 4 - dL$, maka terdapat autokorelasi.
2. Jika $dU < d < 4 - dU$, berarti tidak terjadi autokorelasi.

Analisis regresi berganda yang baik adalah yang tidak adanya atau tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.407 ^a	.165	.136	4.17653	1.667
a. Predictors: (Constant), KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN, KUALITAS PELAYANAN					
b. Terikatt Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan nilai klasifikasi nilai *durbin watson* yaitu $\alpha = 5\%$, $k = 2$, $n = 60$, maka di peroleh:

$$dU < d < 4 - dU = 1,651 < 1,667 < 4 - 1,651 = 2,349$$

Dapat dilihat bahwa dari hasil berikut nilai dU sebesar 1,651, nilai d sebesar 1,667 dan nilai dL sebesar 2,349 dengan hasil tersebut maka dikatakan tidak terjadinya autokorelasi.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk dilakukan apakah variansi dari residual dari satu pengamatan dengan yang lainnya terdapat ketidaksamaan. Akan dikatakan homoskedastisitas apabila variansi tersebut tetap dan sebaliknya apabila beda maka dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadinya heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas (Ghozali, 2021). Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu :

I. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (terikat) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Dasar analisis uji heteroskedastisitas yaitu :

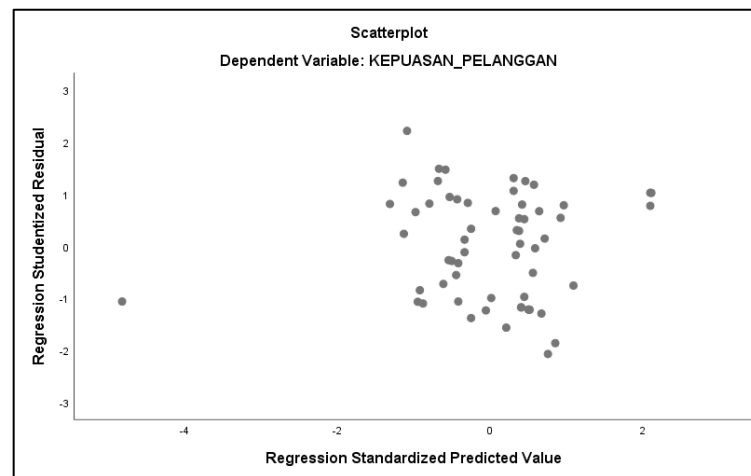
a. Apabila terdapat pola khusus, dengan terbentuknya pola khusus yang teratur seperti titik-titik (bergelombang, melebar lalu menyempit), maka akan terjadi heterosdeastisitas.

b. Apabila tidak terdapat pola khusus yang jelas, dan titik-titik yang tersebar di bawah serta di atas angka 0 terhadap sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas.

II. Menggunakan Uji Park, dilakukan dengan meregresikan nilai residual dari masing-masing variabel terikat.

Terdapat kriteria Uji Park menurut (Ghozali, 2021) yaitu :

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan output SPSS yang berupa grafik Scatterplot tersebut, diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar secara acak dibawah dan diatas angka 0 terhadap sumbu Y serta tidak menyerupai suatu pola. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, pengujian

heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan Uji Park yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini,

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterosdastisitas Uji Park

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.274	1.837		1.783	.080
	KUALITAS_PELAYANAN	.000	.046	.001	.007	.994
	KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN	.018	.074	.034	.245	.808
a. Terikatt Variable: ABSRES						

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan (0,994), ketepatan waktu pengiriman (0,808). Hal ini terlihat dari nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

1.4.2 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Pengujian statistik t menunjukkan sejauh mana pengaruh suatu variabel terikat secara parsial menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2021). Pengujian uji t dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis parsial diterima.

2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis parsial ditolak.

Jadi, pada dasarnya pengujian statistik t menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel terikat secara parsial menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.13 :

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.134	3.779		2.682	.010
	KUALITAS_PELAYANAN	.306	.096	.401	3.198	.002
	KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN	.026	.152	.021	.170	.866
a. Terikat Variable: KEPUASAN_PELANGGAN						

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.13. Dapat dijelaskan bahwa untuk menguji t dengan nilai $df = n - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$, maka dari itu nilai t tabel yang diperoleh sebesar 2,002. Menunjukkan hasil uji statistik t , maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Hasil uji signifikansi pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan tabel 4.13.

Dihasilkan $t \text{ hitung} = 3,198 > t \text{ tabel} = 2,002$ atau signifikansi $0,02 < 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan “Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan **diterima**.

2. Hasil uji signifikansi pada variabel ketepatan waktu pengiriman berdasarkan tabel 4.13. Dihasilkan $t_{hitung} = 0,170 < t_{tabel} = 2,002$ atau signifikansi $0,866 > 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan “Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan **ditolak**.

3. Hasil uji terhadap Hipotesis 3 (H3)

Pada tabel diatas sesuai dengan pengujiannya maka H3 **diterima**. Karena, nilai variabel yang paling signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan perhitungan Sig. Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Y sebesar $0,02 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 3,198 > 2,002$.

b. Uji Simultan (F)

Uji statistik F bertujuan untuk pengujian variabel bebas secara bersamaan apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Memiliki arti apakah pada penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia KCU Semarang.

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis simultan diterima.

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis simultan ditolak.

Hasil perhitungan uji signifikansi simultan F dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.125	2	98.563	5.650	.006 ^b
	Residual	994.275	57	17.443		
	Total	1191.400	59			
a. Terikatt Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 5,650 > F Tabel = 3,16 dengan nilai signifikansi = 0,006 < 0,05. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel, dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan “Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan” dinyatakan **diterima**.

c. Koefisien Korelasi Berganda (r)

Koefisien korelasi adalah koefisien yang medeskripsikan kedekatan hubungan antara dua atau lebih dari variabel (Wibowo & Kurniawan, 2020:2-3). Besar kecilnya sebuah koefisien korelasi tidak bisa menggambarkan hubungan sebab akibat antara dua variabel ataupun lebih, tetapi hanya menggambarkan hubungan linier antar variabelnya. Selain itu, sebuah koefisien korelasi juga membuktikan hubungan timbal balik sehingga tidak akan menjadi sebuah masalah apabila dalam menetapkan sebuah variabel bebas maupun variabel terikat pada sebuah penelitian. Korelasi itu juga berfungsi untuk mengukur sebuah tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih pada periode tertentu.

Besarnya koefisien korelasi antara dua variabel atau lebih adalah untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya pengaruh maka digunakan pedoman sebagai berikut:

1. Apabila interval koefisien 0,00 – 0,1199 maka tingkat hubungan sangat rendah
2. Apabila interval koefisien 0,20 – 0,399 maka tingkat hubungan rendah
3. Apabila interval koefisien 0,40 – 0,599 maka tingkat hubungan sedang
4. Apabila interval koefisien 0,60 – 0,799 maka tingkat hubungan kuat
5. Apabila interval koefisien 0,80 – 1,000 maka tiingkat hubungan sangat kuat.

Selain itu, jika nilai R positif maka, jika variabel bebas mengalami peningkatan, maka dari itu variabel terikat juga akan mengalami peningkatan atau bisa disebut dengan memiliki hubungan yang searah serta demikian juga sebaliknya. Hasil uji korelasi dapat dilihat pada tabel 4.15:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda (r)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.407 ^a	.165	.136	4.17653	1.667
a. Predictors: (Constant), KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN, KUALITAS_PELAYANAN					
b. Terikatt Variable: KEPUASAN_PELANGGAN					

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 . Hasil uji korelasi (r) yang dihasilkan adalah 0,407. Hal ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu pengiriman memiliki hubungan yang sedang terhadap kepuasan pelanggan. Serta hasil uji korelasi (r) menunjukkan nilai yang positif artinya terjadinya hubungan yang searah antara variabel terikat secara bersama-sama dengan variabel terikat dan jika terjadi

peningkatan nilai pada variabel terikat maka juga akan menyebabkan peningkatan nilai pada variabel terikat.

d. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk memberikan penjelasan bahwa rasio variabel terikat yang dapat diartikan dari variasi variabel terikat. Perhitungan dari koefisien determinasi yaitu $0 > R^2 < 1$. Apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel terikat sangat terbatas untuk menjalankan variabel terikat. Nilai yang dekat dengan variabel bebas dapat memprediksi variabel terikat dan memberikan seluruh informasi yang diperlukan (Ghozali, 2021). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (Adjusted R^2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.407 ^a	.165	.136	4.17653	1.667
a. Predictors: (Constant), KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN, KUALITAS_PELAYANAN					
b. Terikatt Variable: KEPUASAN_PELANGGAN					

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.16, Nilai R Square yaitu 0,165 dalam arti senilai 16,5% kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman sedangkan sisanya sebesar 83,5% yang diduga ada variabel lainnya yang tidak diperhitungkan pada penelitian ini mempengaruhi variabel terikat kepuasan pelanggan.

e. Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan linier antara satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Analisis Regresi adalah analisis yang memungkinkan untuk mengukur efek variabel terikat dengan variabel non-bebas. Perhitungan data menggunakan beberapa metode regresi linier menggunakan Persamaan. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Adapun model tersebut sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Nilai Konstanta

X_1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

b_1 = Koefisien Regresi dari Variabel Kualitas Pelayanan

b_2 = Koefisien Regresi dari Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

e = *standard error of estimate*

Dari hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi ini berdistribusi dengan linear, tidak terjadi multikolinearitas, bebas dari autokorelasi dan heterosdastisitas, dan berdistribusi secara normal, sehingga memenuhi persyaratan guna melakukan analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Analisis regresi linear berganda dipergunakan untuk beberapa variabel pengaruh (x) terhadap satu variabel tergantung (Y) dengan model linier, yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.134	3.779		2.682	.010
	KUALITAS_PELAYANAN	.306	.096	.401	3.198	.002
	KETEPATAN_WAKTU PENGIRIMAN	.026	.152	.021	.170	.866
a. Terikatt Variable: KEPUASAN_PELANGGAN						

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel berikut, dapat dilihat bahwa persamaan regresi yang terbentuk dalam uji regresi ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 10,134 + 0,306 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,026 \text{ Ketepatan Waktu Pengiriman} + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (α) = 10,134

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 10,134, hal ini berarti apabila variabel terikat yaitu kualitas pelayanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) bernilai tetap atau sama dengan 0, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai nilai positif sebesar 10,134.

2. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) = 0,306

Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,306, hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain, jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) meningkat, maka kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang akan meningkat sebesar 0,306 dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Koefisien Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) = 0,026

Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,026, hal ini berarti variabel Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain, jika variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) meningkat, maka kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang akan meningkat sebesar 0,026 dengan asumsi variabel lain tetap.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan Temuan Pada Hipotesis 1

Dari hasil pengolahan data yang menggunakan aplikasi SPSS 25.00 melalui hasil uji t (parsial), diperoleh informasi pada variabel Kualitas Pelayanan bahwa nilai t hitung sebesar $3,198 > t \text{ tabel} = 2,002$ atau signifikansi $0,02 < 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa **terdapat pengaruh signifikan secara parsial** terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan “Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan **diterima**.

Hasil penelitian ini secara teoritis sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Setyawan dkk, 2022) yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah variabel yang sangat penting karena agar seorang konsumen

merasa puas terhadap suatu produk atau jasa dengan pelayanan yang memuaskanlah bisa menjadi suatu nilai positif bagi seorang konsumen sehingga konsumen bisa merasa nyaman saat bertransaksi di perusahaan tersebut. Selain itu, hal ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syuryatman dkk, 2024) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ninja Expres Kota Payakumbuh”, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan, Ketika sebuah pelayanan semakin Istimewa tentu berdampak positif dalam meningkatkan kepuasan seorang pelanggan. Dengan demikian semakin optimal pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia KCU Semarang dalam melayani pelanggannya, maka akan semakin tinggi juga kepuasan dari pelanggan terhadap PT. Pos Indonesia KCU Semarang.

Dari hasil pengolahan data yang menggunakan aplikasi SPSS 25.00 melalui hasil uji t (parsial), diperoleh informasi pada variabel Ketepatan Waktu Pengiriman bahwa Hasil uji signifikansi pada variabel ketepatan waktu pengiriman dihasilkan $t_{hitung} = 0,170 < t_{tabel} = 2,002$ atau signifikansi $0,866 > 0,05$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa **terdapat pengaruh tidak signifikan secara parsial** terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan “Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan **ditolak**.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Renouw dkk, 2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan

Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong”, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada variabel ketepatan waktu pengiriman tidak memiliki pengaruh positif secara parsial maupun signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman tentu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Hal ini memperlihatkan bahwa walaupun pengiriman dengan tepat waktu penting, tetapi faktor ini saja tentu tidak cukup untuk meningkatkan suatu kepuasan seorang pelanggan secara signifikan, seorang pelanggan bisa jadi memiliki toleransi terhadap keterlambatan selama aspek lain dalam layanan tetap bisa memenuhi harapan dari mereka.

4.5.2 Pembahasan Temuan Pada Hipotesis 2

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 25, diperoleh informasi bahwa variabel kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang. Adapun pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai $F_{hitung} = 5,650 > F_{tabel} = 3,16$ dengan nilai signifikansi $= 0,006 < 0,05$. Sehingga **terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan**, dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan “Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan” dinyatakan **diterima**.

Hasil penelitian ini secara teoritis sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Syuryatman dkk, 2024) yang berpendapat bahwa suatu kepuasan pelanggan tentu akan meningkat dari adanya suatu kualitas pelayanan yang optimal serta

ketepatan waktu pengiriman adalah pemicu dari kepuasan pelanggan, semakin optimal kualitas pelayanan serta ketepatan waktu pengiriman oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi juga kepuasan dari konsumennya. Selain itu hal ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Deviana & Desitama, 2023) dengan judul “Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan dan Sampel Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada CV Tunas Rimba Di Kabupaten Tulungagung”, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap variabel Y nya. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia KCU Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya menginginkan layanan yang berkualitas, tetapi juga mengharapkan pengiriman yang tepat waktu sebagai satu kesatuan yang mendukung kepuasan mereka.

4.5.3 Pembahasan Temuan Pada Hipotesis 3

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 diperoleh informasi bahwa diantara variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), yang paling berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan nilai t hitung sebesar 3,198. Nilai ini lebih besar dari nilai variabel Ketepatan Waktu Pengiriman sebesar 0,170. Dengan demikian nilai t hitung Kualitas Pelayanan > Ketepatan Waktu Pengiriman ($3,198 > 0,170$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Demikian, dengan temuan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan (Y) dibandingkan dengan ketepatan waktu pengiriman (X2), menjadi sangat jelas bahwa aspek pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus menjadi fokus utama dalam strategi peningkatan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih menghargai interaksi dan pengalaman langsung yang mereka miliki dengan pelayanan, yang mencakup faktor-faktor seperti keramahan, responsivitas, dan kualitas layanan dari staf. Sementara ketepatan waktu pengiriman tetap penting, pelanggan mungkin bisa memaklumi keterlambatan jika mereka merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Maka dari itu, sebuah perusahaan tentu harus menempatkan kualitas pelayanan sebagai prioritas atau fokus utama dalam meningkatkan suatu kepuasan pelanggan.

4.5.4 Pembahasan Hasil Uji Kontribusi (R^2)

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa diperoleh nilai R Square yaitu 0,165 dalam arti senilai 16,5% kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman sedangkan sisanya sebesar 83,5% yang diduga ada variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dan diteliti pada penelitian ini mempengaruhi variabel terikat kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) yang tentu membuktikan bahwa hanya 16,5% dari kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia KCU Semarang dapat dinyatakan oleh variabel kualitas pelayanan serta variabel ketepatan waktu pengiriman, yaitu tentu mengindikasikan bahwa masih ada banyak

faktor lain yang berperan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Hal ini membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin turut memengaruhi pengalaman pelanggan. Kesadaran akan pentingnya komprehensif dalam memahami kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan, sehingga mereka dapat menyusun strategi yang lebih holistik dan efektif untuk meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

4.6 *Output* Penelitian Terapan

Output dalam penelitian ini berupa pembaharuan pembuatan SOP (Standar Operasional Prosedur) guna mengimplementasikan beberapa permasalahan yang ada pada lapangan dan dapat dijadikan sebuah pertimbangan guna menaikkan kepuasan dari pelanggan. SOP (Standar Operasional Prosedur) yang di usulkan adalah sebagai berikut:

	Prosedur Empati, Ketepatan Waktu, dan Minimasi Keluhan	Nomor :
		Index :
	<i>Empathy, Timeliness, and Complaint Minimization Procedures</i>	Tanggal :
		Halaman : 1/4

1. TUJUAN

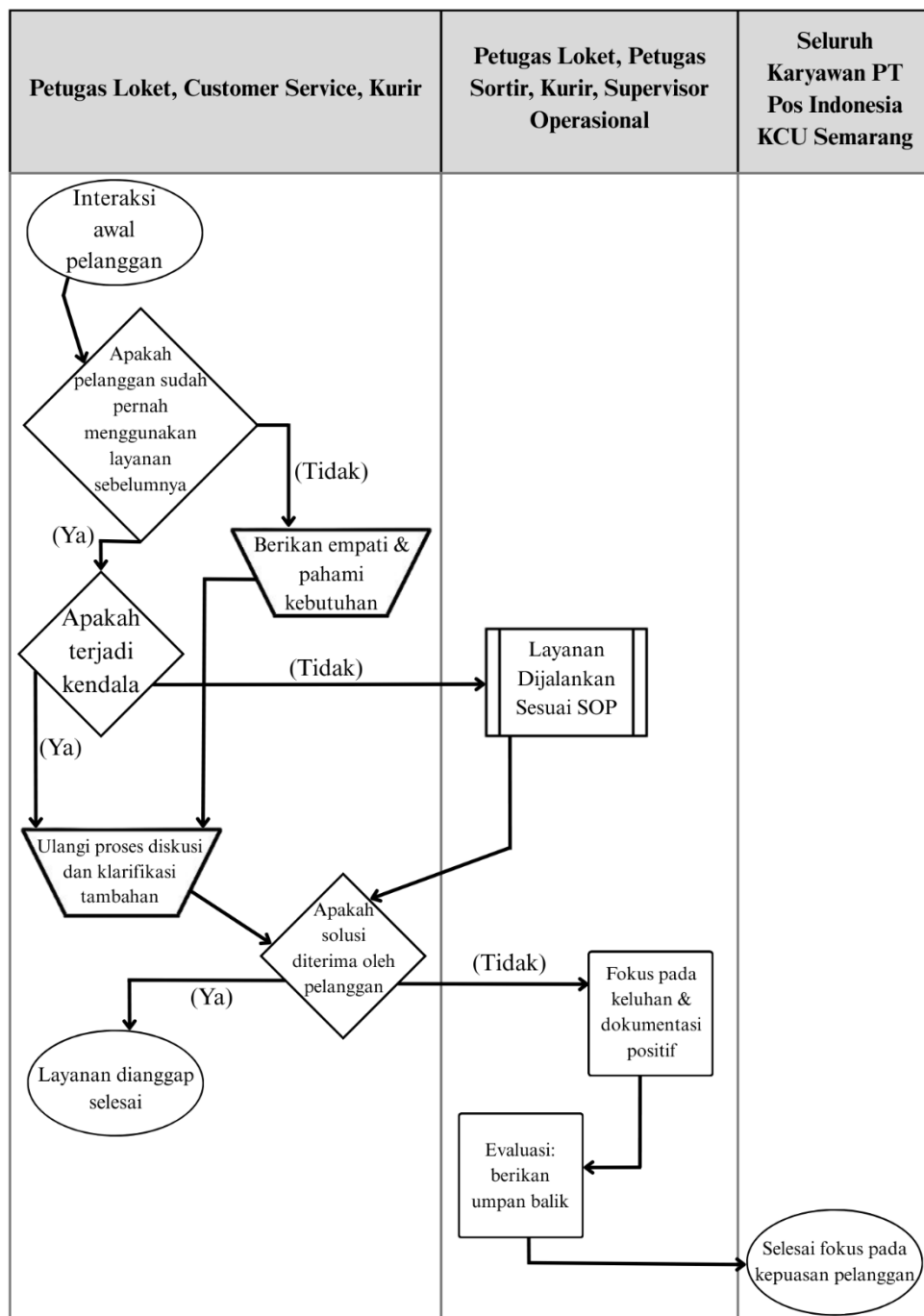
Prosedur ini bertujuan untuk memberikan panduan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia KCU Semarang melalui peningkatan empati karyawan, ketepatan waktu pengiriman barang, dan meminimalkan keluhan pelanggan.

2. RUANG LINGKUP

Prosedur ini meliputi seluruh kegiatan layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang kepada pelanggan. Secara spesifik, SOP ini mengatur bagaimana penerimaan dan pengiriman surat atau dokumen dilakukan, memastikan penanganan paket dan barang yang efisien dan aman, serta menstandarkan proses layanan keuangan seperti pembayaran dan transfer. Selain itu, prosedur ini juga mencakup semua interaksi dengan pelanggan terkait layanan-layanan lain yang disediakan oleh PT Pos Indonesia KCU Semarang, mulai dari informasi produk hingga penanganan keluhan, dengan tujuan memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten.

	Prosedur Empati, Ketepatan Waktu, dan Minimasi Keluhan	Nomor :
		Index :
	<i>Empathy, Timeliness, and Complaint Minimization Procedures</i>	Tanggal :
		Halaman : 2/4

3. FLOWCHART : ALUR KERJA



	Prosedur Empati, Ketepatan Waktu, dan Minimasi Keluhan	Nomor :
		Index :
	<i>Empathy, Timeliness, and Complaint Minimization Procedures</i>	Tanggal :
		Halaman : 3/4

4. PENJELASAN

No	Actor	Input	SLA	Process Description	Output	System Used
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Petugas Locket, Customer Service, Kurir	Kehadiran pelanggan, Pertanyaan/kebutuhan pelanggan, Informasi layanan, Daftar nomor antrian, Formulir pengaduan	Petugas menyapa pelanggan, memberikan solusi, menawarkan bantuan, mendengarkan keluhan	Petugas menyapa dengan ramah dan sopan, mengidentifikasi kebutuhan, menjelaskan layanan, memberi solusi, menangani keluhan dengan baik, serta menutup dengan ucapan terima kasih dan tawaran bantuan lanjutan secara sopan dan profesional	Pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, Peningkatan citra positif PT Pos Indonesia KCU Semarang, Penurunan potensi keluhan	1. Sistem: Sistem Antrian, Sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk mencatat interaksi dan keluhan pelanggan 2. Dokumen: SOP Layanan Pelanggan, Formulir Pengaduan Pelanggan
2	Petugas Locket, Petugas Sortir, Kurir, Supervisor Operasional	Barang kiriman, Alamat tujuan, Jenis layanan pengiriman, Estimasi waktu pengiriman, Jadwal pengiriman, Rute pengiriman, Data pelacakan (tracking), Informasi kendala	Sesuai dengan jenis layanan (contoh: Pos Express 1 hari kerja, Pos Kilat Khusus 2-4 hari kerja), Pemantauan dan penanganan proaktif jika ada potensi keterlambatan	Petugas menerima dan memverifikasi barang, menyortir dan mendistribusikan sesuai jadwal, kurir mengirimkan barang, pelacakan dilakukan rutin, kendala ditangani cepat, dan kurir mengonfirmasi penerimaan dengan tanda tangan serta input data system	Barang terkirim tepat waktu (sesuai estimasi), Peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap layanan pengiriman PT Pos Indonesia	1. Sistem: Aplikasi Pelacakan (Tracking) Barang, Sistem Manajemen Armada, Sistem Informasi Geografis (GIS) untuk optimasi rute. 2. Dokumen: Resi

	Prosedur Empati, Ketepatan Waktu, dan Minimasi Keluhan	Nomor :
		Index :
	<i>Empathy, Timeliness, and Complaint Minimization Procedures</i>	Tanggal :
		Halaman : 4/4

5. PENJELASAN

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					KCU Semarang	pengiriman, Manifest pengiriman, Laporan ketepatan waktu pengiriman
3	Seluruh Karyawan PT Pos Indonesia KCU Semarang	Interaksi dengan pelanggan (langsung maupun tidak langsung), Informasi layanan, SOP layanan, Formulir pengaduan, Data keluhan pelanggan (dari sistem CRM)	Target: Menurunkan jumlah keluhan pelanggan per bulan, Meningkatkan skor kepuasan pelanggan (melalui survei berkala)	Karyawan patuhi SOP dan berkomitmen memberi layanan terbaik, petugas proaktif beri informasi, tangani keluhan cepat dan profesional, keluhan dianalisis untuk perbaikan, dan hasilnya dikomunikasikan ke seluruh karyawan demi peningkatan pelayanan.	Jumlah keluhan pelanggan menurun, Peningkatan kepuasan pelanggan, Peningkatan loyalitas pelanggan	1. Sistem: Sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk mencatat dan melacak keluhan pelanggan. 2. Dokumen: Formulir Pengaduan Pelanggan, Laporan Analisis Keluhan, SOP Penanganan Keluhan