

PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN LOGISTIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. POS KPRK TULUNGAGUNG

Amri Yanuar¹⁾, Bramandika Harya Bisma²⁾

¹⁾D4 Logistik Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional
Email: amriyanuar@poltekpos.ac.id

²⁾ D4 Logistik Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional
Email: haryabisma@gmail.com

Abstrak

Rendahnya posisi PT. Pos Indonesia pada tren penggunaan jasa ekspedisi, hal ini ditandai dengan banyaknya komplain pelanggan umum yang terjadi di Kantor Pos KPRK Tulungagung dengan rentang waktu Januari – Juni 2022. Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang layanan jasa, Pos Indonesia harus selalu mengevaluasi atas kinerja pelayanannya terutama pada jasa pengiriman, apabila situasi tersebut tidak segera diperbaiki, akan berdampak buruk bagi perusahaan dimana konsumen akan merasa tidak puas atas pelayanan dan dapat beralih ke perusahaan jasa ekspedisi lain. Menggunakan Logistics Service Quality (LSQ) sebagai variabel pendekatan dengan dimensi quality of information, timeliness, order discrepancy handling, dan quality of contact personnel sebagai variabel independent dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent. Dalam penyelesaian masalah, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan tujuan mengetahui kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan logistics service quality dan software IBM SPSS sebagai alat bantu dalam proses analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa quality of information tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum, sedangkan timeliness, order discrepancy handling, dan quality of contact personnel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, empat logistics service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum. Kesimpulan penelitian menyatakan secara simultan logistics service quality memberikan pengaruh sebesar 65,5% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Tren Ekspedisi Indonesia, Komplain Pelanggan, LSQ, Analisis Regresi Linier Berganda, IBM SPSS*

1. PENDAHULUAN

Bisnis logistik di era saat ini merupakan salah satu dari sekian banyak sektor usaha yang sangat menjanjikan, terlihat dari pertumbuhan serta dengan kebutuhan masyarakat yang terus naik dan perkembangan teknologi yang kian waktu semakin canggih. Peran bisnis logistik akan terus berkembang seiring pertumbuhan ekonomi yang turut membaik. Perkembangan sektor bisnis tersebut tentunya harus didukung dengan kegiatan distribusi untuk mencapai sistem logistik yang efisien dan efektif. Salah satu tujuan yang perlu diberi perhatian lebih ialah pengiriman barang dan surat yang harus sampai ditangan pelanggan dengan tujuan dan waktu yang tepat.

Menurut (Tech, 2017) terdapat puluhan hingga ratusan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengiriman, beberapa yang sudah tidak asing untuk kalangan masyarakat yaitu J&T, JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan Ninja Xpress. Selaku pelaku usaha,

mereka pasti memiliki kelemahan dan keunggulan terhadap masing-masing layanannya.

Tahun 2021, Populix yaitu perusahaan penyedia layanan consumer insights yang menghubungkan individu, pelaku UMKM, *start up*, perusahaan lokal maupun multinasional, hingga pelaku akademisi dari beragam industry dengan responden di seluruh Indonesia, telah melakukan survei terkait tren penggunaan jasa ekspedisi. Berikut merupakan hasil survei tersebut.

Tabel 1 Tren Perusahaan Ekspedisi

Nama Perusahaan	Persentase Tren
J&T Express	44%
JNE	28%
Si Cepat	10%

Pos Indonesia	3%
Ninja Express	3%

Sumber: (Info.populix.co, 2021)

berdasarkan tabel diatas, PT. Pos Indonesia memiliki peringkat ke 4 dari 5 perusahaan penyedia jasa pengiriman barang dengan persentase sebesar 3% dari 5920 responden. Peneliti memiliki asumsi bahwa berdasar dari data survei yang telah dilakukan oleh Populix, adanya kalah saing PT. Pos Indonesia terhadap perusahaan lain, padahal PT. Pos Indonesia yang notabene merupakan perusahaan besar dan sudah cukup lama berdiri serta merupakan BUMN, namun kalah saing dengan perusahaan swasta.

Rendahnya posisi PT. Pos Indonesia pada tren ekspedisi, turut ditandai oleh banyaknya komplain yang terjadi pada bulan Januari hingga Juni tahun 2024 di PT. Pos Indonesia KPRK Tulungagung, adapun data komplain pelanggan PT. Pos Indonesia KPRK Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Data komplain pelanggan

Bulan	Jenis Komplain Pelanggan		
	Pengiriman Barang	Penerimaan Barang	Lainnya
Januari	85 Komplain	98 Komplain	1 Komplain
Februari	83 Komplain	97 Komplain	2 Komplain
Maret	101 Komplain	85 Komplain	-
April	100 Komplain	108 Komplain	-
Mei	39 Komplain	103 Komplain	5 Komplain
Juni	48 Komplain	112 Komplain	2 Komplain

Sumber: PT. Pos KPRK Tulungagung, 2024

Berdasarkan tabel diatas, demikianlah data komplain pelanggan serta jenis komplain pelanggannya, adapun kategori lainnya pada jenis komplain pelanggan yaitu barang tertahan di bea cukai, isi kiriman tidak sesuai, dan lain-lain.

Untuk membuktikan masalah yang terjadi di Kantor Pos KPRK Tulungagung, maka dilakukanlah pembuktian, maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berdasarkan analisis kepuasan pelanggan di Kantor Pos KPRK Tulungagung. Penulis menggunakan metode guna pembuktian dan penyelesaian dari permasalahan yang terjadi dengan metode Regresi Linier Berganda. Penggunaan metode regresi linier Berganda agar dapat mengetahui pengaruh variabel bebas atau *independent* (X) terhadap variabel terikat atau *dependent* (Y). Selain itu,

variable yang diambil penulis dalam penelitian berjumlah lebih dari dua, mengharuskan penelitian untuk menggunakan regresi linier berganda, Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu (Pramudita & Dkk, 2022) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express DP Padangsidempuan).

Berdasar ulasan di atas, artikel ini membahas, “Analisis *Logistics Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Umum PT. Pos Indonesia KPRK Tulungagung”.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan subbab latar belakang yang sudah dijabarkan penulis, ditemukan fenomena yang dapat dilakukan identifikasi masalah terkait:

1. Rendahnya persentase dan peringkat tren penggunaan PT. Pos Indonesia sebagai jasa pengiriman paket favorit.
2. Jumlah komplain pelanggan sangat banyak.

1.1.1 Rumusan Masalah

Penulis telah menetapkan rumusan masalah yang terdapat pada PT. Pos Indonesia KPRK Tulungagung yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *quality of information* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh *order discrepancy handling* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh *quality of contact personnel* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung?
5. Bagaimana pengaruh *Logistics Service Quality* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan artikel ini untuk mengetahui dan menganalisis diantaranya:

1. Mengetahui pengaruh *quality of information* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung
2. Mengetahui pengaruh *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung
3. Mengetahui pengaruh *order discrepancy handling* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung.

4. Mengetahui pengaruh *quality of contact personnel* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung.
5. Mengetahui pengaruh *logistics service quality* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung.

2. METODE PENELITIAN

Logistics Service Quality

Logistics Service Quality merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa agar dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen atau ekspektasi konsumen terpenuhi (Pramudita & Dkk, 2022). Sejak pertengahan 1980, *service quality* telah menjadi tema prioritas di dalam riset pemasaran dan riset logistik, sejalan dengan ketertarikan untuk meneliti *quality, quality management, dan satisfaction* di perusahaan-perusahaan (Saura, Frances, Contri, dan Blasco, dalam (Versa & Subagio, 2014). Menurut (Mentzer et al., 2001) dalam mengukur *Logistics Service Quality* terdapat sembilan dimensi, yaitu:

1. *Quality of Information* (Kualitas Informasi)
2. *Order Procedure* (Prosedur Pemesanan)
3. *Order Release Quality* (Jumlah Rilis Pesanan)
4. *Order Quality* (Kualitas Pesanan)
5. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)
6. *Order of Accuracy* (Ketepatan Pesanan)
7. *Order Condition* (Kondisi Pesanan)
8. *Order Discrepancy Handling* (Penangan Masalah Pesanan)
9. *Quality of Contact Personnel* (Kualitas kontak personel)

akan tetapi, berdasar sesuai yang terjadi di lapangan serta kebutuhan perusahaan, dari 9 dimensi diatas hanya akan digunakan 4 dimensi yaitu:

1. *Quality of Information* (Kualitas Informasi)
2. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)
3. *Order Discrepancy Handling* (Penanganan Masalah Pesanan)
4. *Quality of Contact Personnel* (Kualitas kontak personel)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam (Hati & Juliati, 2019), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Lovelock et al dalam (Pramudita & Dkk, 2022) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut:

“Satisfaction can be defined as an attitude-like judgement following apurchase act or series of consumer product interactions. Satisfaction is a function of positively

disconfirmed expectations (better than expected) and positive affect.”

Adapun indikator pembentuk kepuasan konsumen yaitu: kesesuaian harapan, melakukan pemakaian ulang dan kesediaan merekomendasi. Menurut (Wardhana, 2024) kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi atas beberapa faktor yang dapat diukur berdasarkan dimensi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kinerja, konsumen akan memberikan tingkat kepuasan berdasarkan kinerja dari suatu produk atau jasa.
2. Harapan, sebelum melakukan pembelian terhadap barang atau menggunakan suatu jasa, konsumen memiliki harapan dan menjadi alat ukur kepuasan konsumen.

dari banyaknya pendapat ahli diatas, kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah dilakukannya perbandingan persepsi atas kinerja dan harapan.

2.1 Operasional Variabel

Dalam operasional variabel, peneliti akan menjabarkan dimensi dari *Logistics Service Quality* secara parsial yang akan berperan menjadi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3 Operasional Variabel

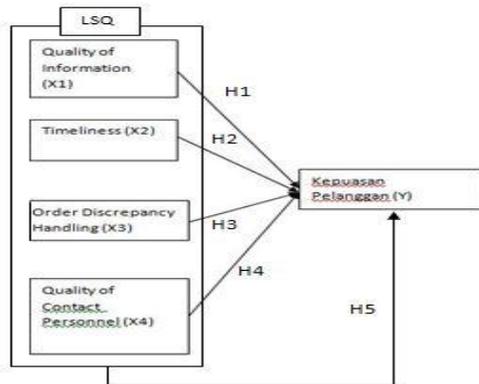
Dimensi	Indikator
<i>Quality of Information</i> (X1) (Wardhana, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keakuratan Informasi 2. Kelengkapan Informasi 3. Mudah Dimengerti
<i>Timeliness</i> (X2) (Wardhana, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan Pengiriman 2. Ketepatan waktu pengiriman 3. Ketangkasan Kurir 4. Kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan 5. Pengiriman yang efisien 6. Keunggulan Kecepatan
<i>Order Discrepancy Handling</i> (X3) (Wardhana, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggap 2. Tanggung Jawab
<i>Quality of Contact Personel</i> (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap 2. Konfirmasi identitas

(Wardhana, 2024)		penerima 3. Kemampuan
Kepuasan Pelanggan (Y) (Wardhana, 2024)		1. Pelayanan 2. Harapan 3. Realisasi Pelayanan

Sumber: Olahan Penulis, 2024

2.2 Kerangka Konseptual

Bentuk dari penelitian ini ialah penelitian yang menggunakan metode survei dengan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2010) Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

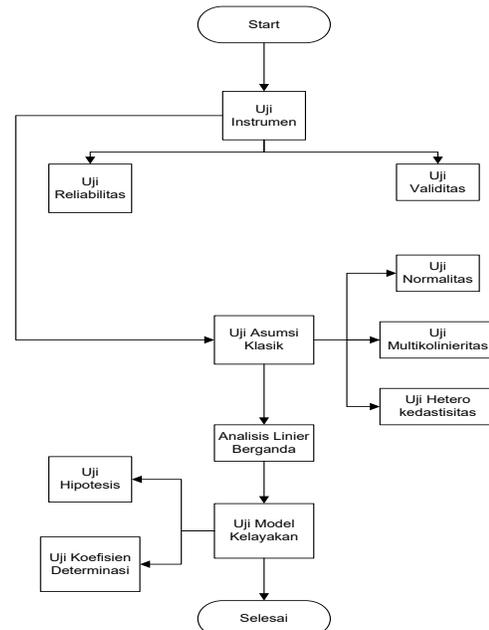


Gambar 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Penulis, 2024

Adapun berdasar dari kerangka konseptual, maka dugaan hipotesis adalah sebagai berikut:

- H1: *Quality of Information* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H2: *Timeliness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H3: *Order Discrepancy Handling* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H4: *Quality of Contact Personnel* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H5: *Logistics Service Quality* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

2.3 Rancangan Analisis



Gambar 2 Rancangan Analisis
Sumber: Penulis, 2024

1. Uji validitas merupakan uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat instrumen pengukuran yang digunakan dalam mengukur sebuah variabel (Pramudita & Dkk, 2022). (Sugiyono, 2010) menambahkan untuk menetapkan apakah data itu valid atau tidak dapat menggunakan rumus berikut:
 $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$
 $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$
2. Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila:
 Hasil *Alpha Cronbach* > 0,60 = reliabel
 Hasil *Alpha Cronbach* < 0,60 = tidak reliabel.
3. Penggunaan uji normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan variabel pengganggu atau residual dalam distribusi normal atau tidak. Dalam menguji residual terdapat dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Jika signifikansi >0,05 maka hasil residual berdistribusi normal, jika signifikansi <0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

4. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas tolerance >0,1 dan batas VIF <10,0
5. Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dikarenakan tingkat kepercayaan pada α adalah 5% maka standar minimum untuk nilai signifikansi dari semua konstruk adalah >0,05
6. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen.
7. Uji t – parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah jika secara terpisah, suatu variabel X masih memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat Y, dalam mengambil suatu keputusan untuk melaksanakan uji hipotesa dilakukan perbandingan antara statistik hitung (t_{hitung}) dengan statistik tabel (t_{tabel}), jika:
 $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak.
 $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima
8. Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat dengan ketentuan sebagai berikut:
 $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 = 0$ (Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik terhadap kepuasan pelanggan).
 $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 \neq 0$ (Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik terhadap kepuasan pelanggan).
9. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi: (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

(R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2010)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan olah data melalui aplikasi SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarized		Standarized	T.	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. error	Beta		
Constant	2.404	.758		3.169	.002
QI	.079	.063	.098	1.241	.218
TL	.105	.039	.231	2.682	.009
ODH	.413	.115	.339	3.605	.001
QCP	.271	.082	.285	3.322	.001

Sumber:Penulis, 2024

1. Koefisien regresi QI memiliki nilai sebesar 0,079 hal itu menunjukkan koefisien berarah positif dan dapat diartikan jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,079. Dan pada t-hitung, nilai 1,241 $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,985. Oleh karena itu, dapat disimpulkan variabel atau konstruk *quality of information* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga secara parsial (individu) tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Quality of Information* (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Koefisien regresi TL memiliki nilai sebesar 0,105 hal itu menunjukkan koefisien berarah positif dan dapat diartikan jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,105. Dan pada t-hitung, nilai 2,682 $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985. Oleh karena itu, dapat disimpulkan variabel atau konstruk *timeliness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat

pengaruh secara signifikan antara *Timeliness* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Koefisien regresi ODH memiliki nilai sebesar 0,413 hal itu menunjukkan koefisien berarah positif dan dapat diartikan jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,413. Dan pada t-hitung, nilai 3,605 $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985. Oleh karena itu, dapat disimpulkan variabel atau konstruk *order discrepancy handling* berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan antara *Order Discrepancy Handling* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Koefisien regresi QCP memiliki nilai sebesar 0,271 hal itu menunjukkan koefisien berarah positif dan dapat diartikan jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,271. Dan pada t-hitung, nilai 3,322 $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985. Oleh karena itu, dapat disimpulkan variabel atau konstruk *quality of contact personnel* berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan antara *Quality of Contact Personnel* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 5 Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	245,841	4	61,460	47,910	.000

Sumber: Penulis, 2024

Dari tabel F diatas, diketahui bahwa nilai Fhitung 47,910 > Ftabel 2,47 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti faktor *Logistics Service Quality* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, maka Hipotesis (H_5) diterima.

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.818	.669	.655

Sumber: Penulis, 2024

Dari hasil uji R2 , diperoleh nilai adjusted R2 sebesar 0,655 atau 66,5%. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *Logistics Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sebesar 65,5%, sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 sampel pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan PT. Pos KPRK Tulungagung yang telah dijelaskan dalam analisis data yang terdapat pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Quality of information* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum. Hal tersebut membuktikan jika terjadi peningkatan pada *quality of information*, maka kepuasan pelanggan umum tidak akan meningkat. Pelanggan umum merasa kurang puas terhadap kelengkapan informasi barang kiriman pada sistem pelacakan Pos Indonesia, namun pelanggan merasa bahwa informasi yang terdapat pada sistem pelacakan Pos Indonesia mudah untuk dimengerti.
2. *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum. Hal tersebut membuktikan jika terjadi peningkatan pada *timeliness*, maka kepuasan pelanggan umum juga akan meningkat. Pelanggan umum merasa puas terhadap kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan Pos Indonesia dalam mengirimkan barang yang sesuai waktu kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan, namun pelanggan umum tidak merasa kalau Pos Indonesia memberikan waktu pengiriman lebih singkat dari ekspedisi lain.
3. *Order discrepancy handling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut membuktikan jika terjadi peningkatan pada *order discrepancy handling*, maka kepuasan pelanggan umum akan meningkat. Pelanggan umum merasa puas terhadap Pos Indonesia dalam menyediakan akses untuk menampung keluhan pelanggan, namun pelanggan umum tidak merasa kalau Pos Indonesia mampu memberi respon yang cepat dalam menanggapi masalah pengiriman.
4. *Quality of Contact Personnel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut membuktikan jika terjadi peningkatan pada *quality of contact personnel*, maka kepuasan pelanggan umum akan meningkat. pelanggan umum merasa puas terhadap Pos Indonesia dalam mengirimkan barang sesuai tujuan kiriman tepat waktu, namun pelanggan umum tidak merasa kalau kurir Pos Indonesia

menghubungi penerima barang sebelum mengantarkan kiriman.

Hasil uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Logistik secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimana perhitungan Fhitung sebesar $47,910 > F_{tabel} 2,47$ dengan tingkat signifikansi 0,000.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, berikut adalah kesimpulan dari artikel ini: Pengaruh quality of information terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung:

Quality of information tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum. Meskipun pelanggan merasa informasi pada sistem pelacakan Pos Indonesia mudah dimengerti, mereka kurang puas terhadap kelengkapan informasi barang kiriman. Pengaruh *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung: *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan umum. Pelanggan merasa puas dengan kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pengiriman barang yang sesuai waktu yang dibutuhkan, meskipun mereka tidak merasa Pos Indonesia memberikan waktu pengiriman yang lebih singkat dibandingkan ekspedisi lain.

Pengaruh *order discrepancy handling* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung: *Order discrepancy handling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas karena Pos Indonesia menyediakan akses untuk menampung keluhan, namun mereka tidak merasa Pos Indonesia mampu memberikan respons cepat dalam menanggapi masalah pengiriman. Pengaruh *quality of contact personnel* terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung: *Quality of contact personnel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas karena Pos Indonesia mengirimkan barang sesuai tujuan dan tepat waktu, namun mereka tidak merasa kurir Pos Indonesia menghubungi penerima barang sebelum mengantarkan kiriman.

Pengaruh *Logistics Service Quality* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos KPRK Tulungagung: Secara simultan, *Logistics Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 65,5%⁹. Hal ini didukung oleh hasil uji F yang menunjukkan Fhitung sebesar $47,910 > F_{tabel} 2,47$ dengan tingkat signifikansi 0,00010.

5. REFERENSI

- Dewantoro, D., Aryani, L., Marzuki, F. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Prosiding Biema* Vol. 1
- Dewi, E.K., & Gustya, K.S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Kai Logistik Express Bandung. Volume 2 No. 1 (Juni 2022), Page: 179-186 E-ISSN : 2798-1428.
- Fanani, R, Z., Puspitasari, N, B., Susanty, A., Andini, A, R., Rumita, R. (2020). Analisis *Logistics Service Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Jne Express. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15 No. 2.
- Hati, S. W., & Juliati, A. (2019). Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (Jne). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 240–249. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1592>
- Japarianto, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada INDUSTRI EKSPEDISI LAUT DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 1, April 2018, 25–32 doi: 10.9744/pemasaran.12.1.25–32 ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X
- Kargo.tech. (2017). *Daftar Perusahaan Ekspedisi*. <https://kargo.tech/artikel/daftar-perusahaan-ekspedisi/>
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining Supply Chain Management. *Journal Of Business Logistics*, 22(2), 1–25.
- Milah, H., Suryana, H. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 6 No. 2
- Pramudita, A. S., & Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Pranata, B. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket Pada Pt. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Medan 20000

- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik* (e): 2503-4790 | ISSN-Print (p): 2086-1117
<http://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi>
- Populix (2021), Tren Jasa Kurir Pilihan Konsumen Selama Covid-19. <https://www.info.populix.co/all-reports/jasa-kurir-pilihan-konsumen-saat-belanja-online>
- Saputri, A.N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Jurnal Manajemen & Akuntansi* Volume 16 Nomor 1
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Tedjakusuma, A.P., Delananda, A., & Andajani, E. (2020). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 1(1), 21-29, April 2020.
- Versa, B., & Subagio, D. H. (2014). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Cat Emco Satriakarya Adiyudha (PT SKAY). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2), 1–9.
- Wardhana, A. (2024). *Pengukuran service quality* (Issue October).