

BAB III

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab III merupakan sajian hasil dan analisis data. Bab ini memaparkan data – data yang telah peneliti dapatkan dari penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 141 kuesioner, setelah kuesioner diteliti dan diperoleh semua jawaban lengkap langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Bab ini akan dibagi ke dalam tiga bagian, yaitu pengujian kuesioner, gambaran data dan pengujian hipotesis.

A. Pengujian Kuesioner

Langkah awal dalam penelitian setelah data terkumpul adalah pengujian kuesioner. Pengujian kuesioner dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus korelasi produk moment. Pengujian kuesioner ini dilakukan pada 30 orang responden yang mengunjungi Kantor Pos Bantul Unit Soedirman. Hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan dijabarkan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Pada uji validitas ini, akan dilihat valid atau tidaknya data yang diperoleh peneliti, akan merujuk pada ketepatan alat ukur/skala/instrumen yang digunakan

oleh peneliti yaitu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila tiap pernyataan mampu mengukur atau mengungkap apa yang diukur oleh kuesioner tersebut. Ujian validitas dalam penelitian ini dilakukan pada variabel – variabel yang digunakan. Kriteria penelitian valid atau tidaknya pernyataan pada kuesioner yang berbentuk skala didasarkan pada perbandingan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk 30 orang responden r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3.1

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Butir	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KP1	0,383	0,361	Valid
	KP2	0,649	0,361	Valid
	KP3	0,623	0,361	Valid
	KP4	0,765	0,361	Valid
	KP5	0,847	0,361	Valid
	KP6	0,664	0,361	Valid
	KP7	0,511	0,361	Valid
	KP8	0,791	0,361	Valid

	KP9	0,643	0,361	Valid
	KP10	0,615	0,361	Valid

Sumber: data primer diolah, 2016

Tabel 3.2

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Butir	R hitung	R tabel	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	LP1	0,524	0,361	Valid
	LP2	0,550	0,361	Valid
	LP3	0,678	0,361	Valid
	LP4	0,585	0,361	Valid
	LP5	0,590	0,361	Valid
	LP6	0,575	0,361	Valid
	LP7	0,692	0,361	Valid
	LP8	0,703	0,361	Valid
	LP9	0,740	0,361	Valid
	LP10	0,719	0,361	Valid

Sumber: data primer diolah, 2016

Setelah dilakukan uji validitas maka diketahui bahwa semua butir pada variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ini, akan dilihat apakah suatu kuesioner sudah tepat atau *consistance* atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *alpha* (α) dari Cronbach. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *alpha* (α) lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel3.3

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

n = 30

Variabel	Alpha Cronbach	Limit Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,848	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,834	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti terdapat pada tabel diatas, diperoleh hasil koefisien reliabilitas *alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dapat dipercaya sebagai instrumen penelitian atau alat pengumpul data.

Kesimpulan dari *try out* pada kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan diukur melalui 10 butir pernyataan dan pada loyalitas pelanggan 10 butir pernyataan pula

B. Gambaran Data Penelitian

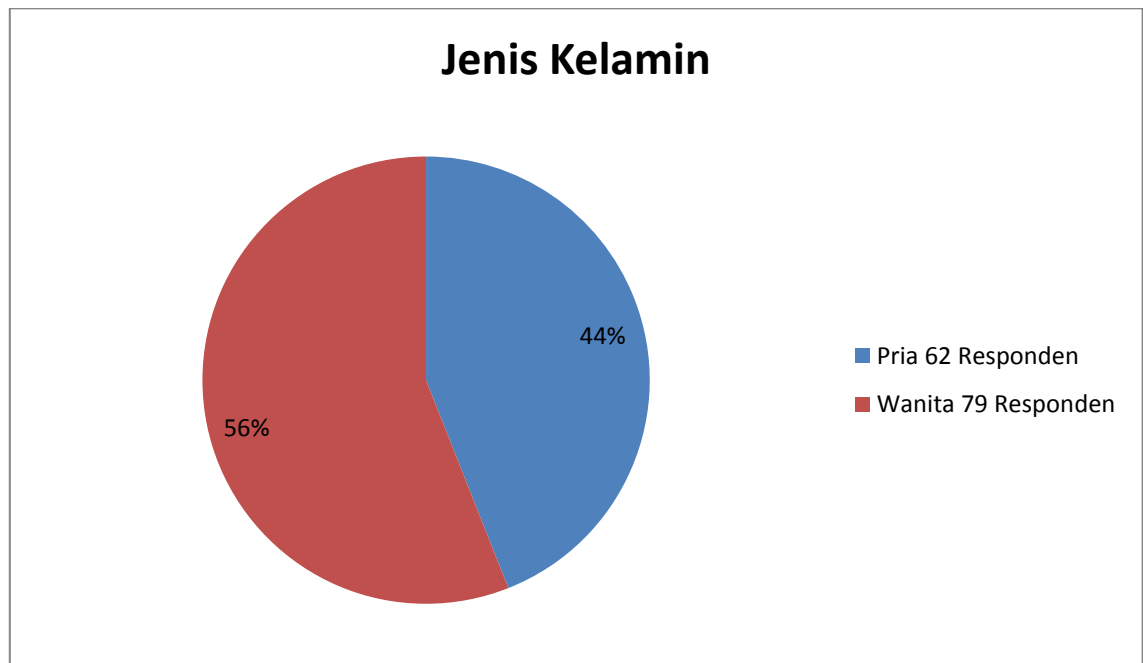
1. Gambaran Responden Penelitian

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban tentang jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Diagram 3.1

Distribusi Responden dengan dasar Jenis Kelamin



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

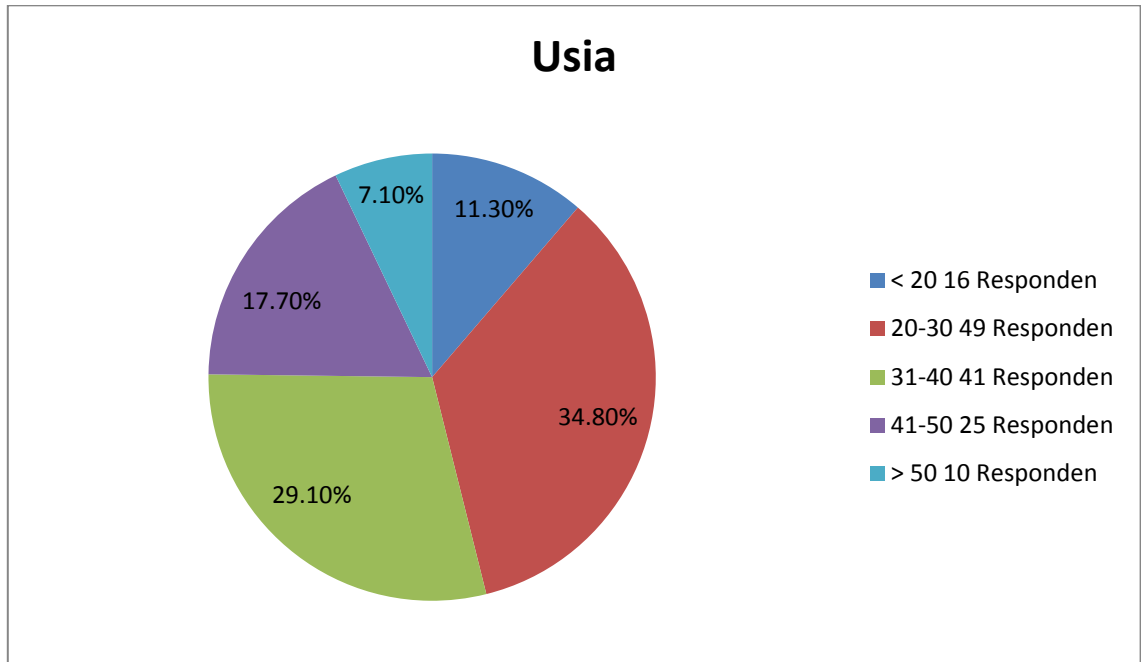
Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah wanita yaitu sebesar 79 responden atau 56.0%.

b. Usia

Berdasarkan hasil jawaban tentang usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Diagram 3.2

Distribusi Responden dengan dasar Usia



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

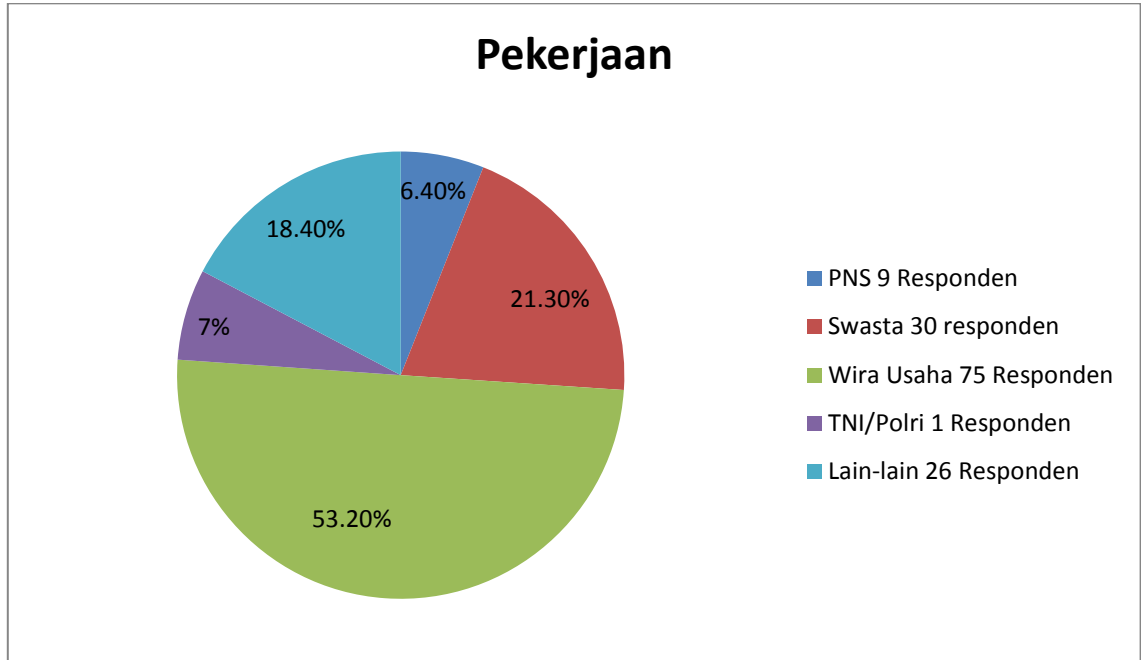
Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah berumur 20 – 30 tahun yaitu sebesar 49 responden atau 34,8%.

c. Pekerjaan

Berdasarkan hasil jawaban tentang pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Diagram 3.3

Distribusi Responden dengan dasar Pekerjaan



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

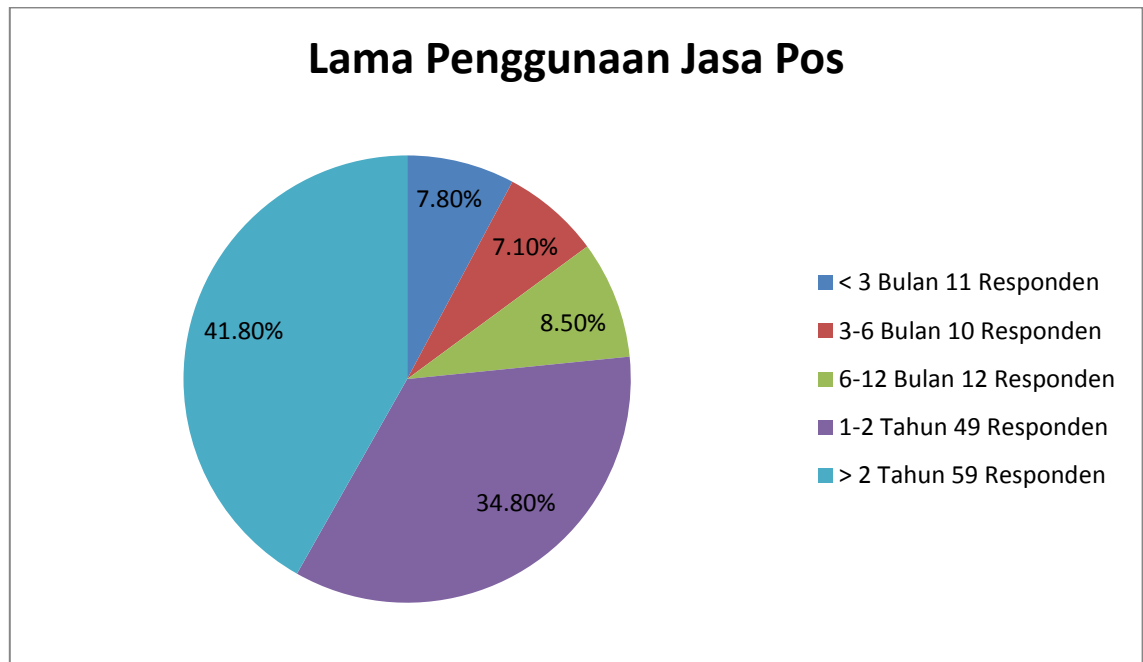
Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah wirausaha yaitu sebesar 75 responden atau 53,2%. Hal ini selaras dengan fakta bahwa Kabupaten Bantul merupakan Kabupaten dengan unit UMKM terbanyak di DIY yang otomatis mereka memanfaatkan jasa kantor pos sebagai mitra pengiriman produk.

d. Lama Penggunaan Jasa Pos

Berdasarkan hasil jawaban tentang Lama Penggunaan Jasa Pos dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Diagram 3.4

Distribusi Responden dengan dasar Lama Penggunaan Jasa Pos



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden sebagian besar adalah mereka yang telah menggunakan layanan Kantor Pos Bantul lebih dari 2 tahun yaitu sebesar 59 responden atau 41,8%, dan 49 responden atau 34,8% telah menggunakan layanan Kantor Pos Bantul selama 1-2 tahun.

2. Gambaran Variabel Penelitian

a. Kualitas Pelayanan

Tabel 3.4

Ketepatan waktu pelayanan sesuai Antrean

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	3	2.1
Setuju	84	59.6
Sangat Setuju	54	38.3
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa ketepatan waktu pelayanan sesuai antrean menyatakan setuju yaitu sebanyak 84 responden atau 59,6%. Hal tersebut sejalan dengan pengamatan peneliti bahwa customer service Kantor Pos Bantul memberlakukan nomor antrean dengan baik sesuai nomor urut antrean. Dari data terlihat pula tidak ada responden yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Tabel 3.5

CS memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	8	5.7
Setuju	102	72.3
Sangat Setuju	31	22.0
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa *customer service* memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik menyatakan setuju yaitu sebanyak 102 responden atau 72,3%. Hal tersebut mengindikasikan *customer service* kantor pos bantul memiliki wawasan yang memadai dalam menjawab pertanyaan responden. Tidak terdapat pula pada data tersebut responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju dengan pernyataan.

Tabel 3.6

Mendapatkan respon spontan dari CS setiap info yang belum diketahui

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	.7
Netral	25	17.7
Setuju	92	65.2
Sangat Setuju	23	16.3
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa mendapatkan respon spontan dari *customer service* setiap info yang belum diketahui menyatakan setuju yaitu sebanyak 92 responden atau 65,2%. Hal tersebut mengindikasikan *customer service* Kantor Pos Bantul dianggap responsif terhadap setiap info seputar layanan Kantor Pos Bantul yang dilayangkan oleh responden. Terlihat terdapat satu responden tidak setuju dengan pernyataan.

Tabel 3.7

Mendapat respon spontan dari CS setiap keluhan yang disampaikan

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	.7
Netral	31	22.0
Setuju	85	60.3
Sangat Setuju	24	17.0
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa mendapat respon spontan dari customer service setiap keluhan yang disampaikan menyatakan setuju yaitu sebanyak 85 responden atau 60,3%. Hal tersebut mengindikasikan *customer service* Kantor Pos Bantul dianggap responsif terhadap setiap keluhan yang dilayangkan oleh responden. Pada data ini pun hanya terdapat satu responden yang tidak setuju terhadap pernyataan dengan persentase 0,7%.

Tabel 3.8

Mendapat pelayanan yang sopan dan ramah dari CS

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	3	2.1
Setuju	90	63.8
Sangat Setuju	48	34.0
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa mendapat pelayanan yang sopan dan ramah dari *customer service* menyatakan setuju yaitu sebanyak 90 responden atau 63,8%. Data tersebut dapat diartikan bahwan mayoritas responden merasa bahwa pelayanan dari *customer service* Kantor Pos Bantul sopan dan ramah. Terlihat sama sekali tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Tabel 3.9

Perilaku CS membuat percaya kepada Kantor POS

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	9	6.4
Setuju	96	68.1
Sangat Setuju	36	25.5
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa perilaku *customer service* membuat percaya kepada Kantor POS menyatakan setuju yaitu sebanyak 96 responden atau 68,1%. Dari pemaparan data di atas dapat dikatakan bahwa responden menaruh kepercayaan terhadap *customer service* Kantor Pos Bantul. Pada data tersebut juga dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang tidak setuju maupun sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.10

CS memberikan kemudahan pelayanan

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	7	5.0
Setuju	97	68.8
Sangat Setuju	37	26.2
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa *customer service* memberikan kemudahan pelayanan menyatakan setuju yaitu sebanyak 97 responden atau 68,8%. Data tersebut mengindikasikan bahwa responden merasa diberikan kemudahan pelayanan oleh *customer service* Kantor Pos Bantul.

Tabel 3.11

CS memberikan perhatian khusus terhadap masalah dan keluhan

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	1.4
Netral	32	22.7
Setuju	82	58.2
Sangat Setuju	25	17.7
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa *customer service* memberikan perhatian khusus terhadap masalah dan keluhan menyatakan setuju yaitu sebanyak 82 responden atau 58,2%. Data tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden merasa mendapatkan perhatian khusus dari *customer service* Kantor Pos Bantul terhadap masalah dan keluhan mereka. Pada data ini terlihat dua responden tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan atau sekitar 1,44%.

Tabel 3.12

Setuju terhadap kerapian dan kebersihan penampilan CS

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	8	5.7
Setuju	96	68.1
Sangat Setuju	37	26.2
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa setuju terhadap kerapian dan kebersihan penampilan *customer service* menyatakan setuju yaitu sebanyak 96 responden atau 68,1%. Data tersebut memperlihatkan bahwa responden merasa *customer service* Kantor Pos Bantul menjaga kebersihan dan penampilan mereka dalam berbusana.

Tabel 3.13

Penataan interior dan eksterior ruangan sudah baik

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	1.4
Netral	14	9.9
Setuju	101	71.6
Sangat Setuju	24	17.0
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa penataan interior dan eksterior ruangan sudah baik menyatakan setuju yaitu sebanyak 101 responden atau 71,6%. Dengan demikian dapat kita ketahui bahwa mayoritas responden setuju bahwa penataan eksterior ruangan di Kantor Pos Bantul telah ditata dengan baik. Namun dalam data tersebut terdapat 2 responden yang tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.

b. Loyalitas Pelanggan

Tabel 3.14

Ingin menggunakan layanan Kantor Pos Bantul lagi

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	13	9.2
Setuju	84	59.6
Sangat Setuju	44	31.2
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa ingin menggunakan layanan Kantor Pos Bantul lagi menyatakan setuju yaitu sebanyak 84 responden atau 59,6%. Tidak terdapat satu pun responden yang tidak setuju maupun sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 3.15

Tidak ingin menggunakan jasa lain selain Kantor Pos Bantul

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	1	.7
Tidak Setuju	15	10.6
Netral	62	44.0
Setuju	52	36.9
Sangat Setuju	11	7.8
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa tidak ingin menggunakan kantor pos lain selain Kantor Pos Bantul menyatakan netral yaitu sebanyak 62 responden atau 44%. Pada pernyataan ini terdapat perbedaan dengan pernyataan yang lain, bahwa sebagian besar responden memilih netral terhadap pernyataan yang peneliti ajukan.

Tabel 3.16

Berniat menggunakan produk Kantor Pos Bantul selamanya

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	1	.7
Tidak Setuju	10	7.1
Netral	51	36.2
Setuju	60	42.6
Sangat Setuju	19	13.5
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa berniat menggunakan produk Kantor Pos Bantul selamanya menyatakan setuju yaitu sebanyak 60 responden atau 42,6%. Dari data tersebut diketahui pula ada satu responden yang sangat tidak setuju dengan pernyataan dan sepuluh lainnya tidak setuju.

Tabel 3.17

Layanan Kantor Pos Bantul sesuai kebutuhan

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	1.4
Netral	22	15.6
Setuju	100	70.9
Sangat Setuju	17	12.1
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa layanan Kantor Pos Bantul sesuai kebutuhan menyatakan setuju yaitu sebanyak 100 responden atau 70,9%. Dua responden diketahui tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.18

Layanan Kantor Pos Bantul sesuai keinginan

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	.7
Netral	19	13.5
Setuju	102	72.3
Sangat Setuju	19	13.5
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa layanan Kantor Pos Bantul sesuai keinginan menyatakan setuju yaitu sebanyak 102 responden atau 72,3%. Pada data diatas terlihat satu responden tidak setuju dengan pernyataan dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 3.19

Merasa puas menggunakan layanan Kantor Pos Bantul

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Netral	14	9.9
Setuju	100	70.9
Sangat Setuju	27	19.1
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa merasa puas menggunakan layanan Kantor Pos Bantul menyatakan setuju yaitu sebanyak 100 responden atau 70,9%. Berdasarkan data diatas diketahui pula tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju.

Tabel 3.20

Loyal menggunakan layanan Kantor Pos Bantul

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	1.4
Netral	46	32.6
Setuju	77	54.6
Sangat Setuju	16	11.3
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa loyal menggunakan layanan Kantor Pos Bantul menyatakan setuju yaitu sebanyak 77 responden atau 54,6%. Diketahui dua orang tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.21

Memilih Kantor Pos Bantul sebagai prioritas pertama

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	3	2.1
Netral	49	34.8
Setuju	67	47.5
Sangat Setuju	22	15.6
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa memilih Kantor Pos Bantul sebagai prioritas pertama menyatakan setuju yaitu sebanyak 67 responden atau 47,5%. Terdapat tiga responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Tabel 3.22

Sering menceritakan layanan Kantor Pos Bantul ke saudara

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	6	4.3
Netral	50	35.5
Setuju	69	48.9
Sangat Setuju	16	11.3
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa sering menceritakan layanan Kantor Pos Bantul ke saudara menyatakan setuju yaitu sebanyak 69 responden atau 48,9%. Dari data di atas terlihat enam responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan.

Tabel 3.23

Merekomendasikan Kantor Pos Bantul kepada teman dan saudara

Keterangan	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	1	.7
Tidak Setuju	4	2.8
Netral	44	31.2
Setuju	74	52.5
Sangat Setuju	18	12.8
Total	141	100.0

Sumber :Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 141 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas bahwa merekomendasikan Kantor Pos Bantul kepada teman dan saudara menyatakan setuju yaitu sebanyak 74 responden atau 52,5%. Berdasarkan data tersebut diketahui pula 4 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan dan satu responden sangat tidak setuju.

C. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis korelasi menggunakan seri program statistik SPSS. Seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini :

Tabel 3.24

Korelasi Antar Variabel

Variabel	B	beta	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	2.757				
Kualitas Pelayanan	0.857	0.657	10.277	0.000	Signifikan
F hitung	105.622				
Sig F	0.000		T table	1,976	
R	0,657				
R square	0.432				

Sumber : Data Primer di olah 2016

1. Hasil probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig} < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), atau $t \text{ hitung } 10,277 > t \text{ table } (1,976)$. Maka H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Kabupaten Bantul.
2. Koefesien Korelasi atau nilai R dalam penelitian ini sebesar 0,657. Koefesien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan

dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya). Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut (Sarwono, 2006: 107):

- a. 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- b. $>0 - 0,25$: Korelasi sangat lemah
- c. $>0,25 - 0,5$: Korelasi cukup
- d. $>0,5 - 0,75$: Korelasi kuat
- e. $>0,75 - 0,99$: Korelasi sangat kuat
- f. 1: Korelasi sempurna

Dalam penelitian ini kekuatan hubungan variable sebesar 0,657 adalah masuk kategori kuat.

3. Besarnya koefisien determinasi ($r^2square$) = 0,432, artinya variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 43,2% sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
4. Persamaan Regresi Sederhana

$$Y = 2,757 + 0.857 X$$

$$\text{Konstanta} = 2.757$$

Artinya jika tidak ada variabel Kualitas pelayanan (X) yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka loyalitas pelanggan sebesar 2.757 satuan.

$$b = 0.857$$

Artinya jika Variabel Kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.857. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Kualitas pelayanan (X) maka loyalitas pelanggan (Y) juga semakin meningkat, demikian juga sebaliknya.

D. Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh, maka diketahui bahwa pelanggan Kantor Pos Bantul mayoritas setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Melalui lima indikator mengenai kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh James A. Fitzsimmons (dalam Sulastiyono, 1999: 35), yaitu berupa reliabilitas, responsif, jaminan, empati, nyata. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* Kantor Pos Bantul dinilai baik.

Apabila dijabarkan setiap indikatornya yang dihimpun dari pernyataan di setiap indikatornya maka akan terlihat bahwa pada indikator reliabilitas sebanyak 66% responden setuju dengan pernyataan reliabilitas yang diajukan yaitu ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan nomor antrean dan *customer service* Kantor Pos Bantul memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik dalam memberikan jawaban dan penjelasan informasi seputar layanan Kantor Pos Bantul yang dibutuhkan. Selanjutnya untuk indikator responsif dengan pernyataan mendapatkan respon spontan dari *customer service* Kantor Pos Bantul untuk setiap info layanan yang belum diketahui dan mendapatkan respon spontan *customer service* yang ada di Kantor Pos Bantul terhadap setiap keluhan yang disampaikan seputar layanan Pos, sebanyak 63% responden setuju bahwa *customer service* Kantor Pos Bantul memiliki respon yang baik terhadap responden. Pada indikator jaminan 66% responden menyatakan setuju dengan pernyataan yang peneliti ajukan yaitu mengenai mendapatkan pelayanan yang sopan dan ramah dari *customer service* yang ada di Kantor Pos Bantul dan Perilaku *customer service* di Kantor Pos Bantul membuat merasa percaya kepada Kantor Pos Bantul.

Pada indikator empati sebanyak 63% menyatakan setuju terhadap pernyataan yang peneliti ajukan yaitu *customer service* Kantor Pos Bantul memberikan kemudahan pelayanan Pos dan *customer service* yang ada di Kantor Pos Bantul memberikan perhatian secara khusus terhadap masalah dan keluhan yang dialami seputar layanan Pos. Sedangkan yang terakhir pada indikator nyata 70% responden setuju dengan pernyataan yang peneliti ajukan yakni setuju terhadap kerapian dan kebersihan penampilan

customer service yang ada di Kantor Pos Bantul dan melihat adanya penataan eksterior dan interior ruangan yang baik di Kantor Pos Bantul. Berdasarkan data tersebut dapat kita ketahui bahwa indikator responsif dan empati menjadi indikator dengan persentase terendah dibandingkan dengan indikator yang lainnya dengan persentase sebesar 63% responden setuju..

Sementara berdasarkan variabel loyalitas pelanggan dengan lima indikatornya menurut Kriyanto (Kriyantono, 2006: 21) berupa keinginan untuk membeli ulang, keinginan pelanggan untuk tidak beralih pada produk lain, merasa bahwa produk tersebut sesuai dengan yang diharapkan, kemauan untuk tetap menggunakan selamanya, dan keinginan untuk merekomendasikan pada orang lain juga didapati responden mayoritas setuju dengan pernyataan – pernyataan yang diberikan. Melalui koefisien korelasi (R) terlihat adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel penelitian sebesar 0,657. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) membuktikan bahwa kualitas pelayanan *customer service* Kantor Pos Bantul berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 43,2%.

Hasil probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig} < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) atau t hitung $10,277 > t$ table (1,976), maka H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Kabupaten Bantul. Hal ini menunjukkan bahwa Tindakan *Customer Service* Kantor Pos Bantul yang dilakukan kepada pelanggan dalam menanggapi keluhan, kecepatan

dan kepastian dalam menangani keluhan pelanggan. Sudah mampu memberikan efek loyalitas dari pelanggan.

Kualitas dapat dilihat sebagai suatu kelemahan atau peningkatan dari respon konsumen. Harapan konsumen bisa bervariasi baik dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan tetap sama atau konsisten. Pelayanan yang baik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standart kinerja pelayanan, baik standart pelayanan internal (sistem kerja, cara pelayanan, biaya) maupun standart pelayanan eksternal (cara untuk selalu konsisten agar bisa mendapatkan harapan konsumen). Pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa. Peranannya akan bersifat menentukan jika dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut jasa atau masyarakat yang membutuhkannya.

Karir pelayanan pelanggan (*customer service*) berlaku selama masa kerja, dari pekerjaan yang pertama sampai yang terakhir. *Customer services* harus memiliki kemampuan melayani konsumennya secara cepat dan tepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. *Customer services* yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya. Karena pentingnya pelayanan, maka Kantor Pos Bantul dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan. Kantor Pos Bantul perlu mengoptimalkan bentuk pelayanan yang diberikan oleh manajemen *customer*

service, baik berupa keramahan dalam pelayanan dan selalu memberikan informasi terbaru yang tepat dan akurat. Itu adalah kunci dalam membuat pelanggan puas dan tetap setia.

Dalam usaha untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan maka dengan sendirinya jaminan atas kepuasan konsumen menjadi hal wajib yang harus dipenuhi oleh perusahaan jasa (Alma, 2004: 274). Keinginan untuk berhasil menyelesaikan masalah sekaligus memuaskan pelanggan adalah bagian budaya kerja *customer service* Kantor Pos Bantul. Kepedulian terhadap konsumen merupakan hal yang penting. Suatu perusahaan dalam aktivitasnya menjadi hal wajib untuk mengelola jasa dengan baik, sehingga secara prinsip memerlukan manajemen profesional pada pemasaran, operasi maupun sumber daya manusia, integrasi unsur-unsur tersebut akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan performansi.

Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai kelompok tenaga profesional, semi profesional dan tenaga non profesional yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kepuasan pelanggan akan menjadi dasar pengembangan berbagai model loyalitas pembeli. Selain itu kepuasan pelanggan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber loyalitas bagi pelanggan itu sendiri.

Oleh karena itu loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Loyalitas konsumen dapat menunjukkan seberapa besar dukungan seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada sisi yang lain loyalitas konsumen dapat membuktikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Sebagaimana layaknya sebuah unit usaha, kantor pos merupakan suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan agar kelangsungan hidup serta perkembangannya dapat terpelihara dengan baik. Seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan jasa dan pelayanan yang berkualitas, maka hal ini merupakan tantangan bagi suatu perusahaan sekaligus peluang bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Berdasarkan keadaan tersebut maka perusahaan diharapkan selalu mengadakan evaluasi atas kualitas pelayanan yang diberikan selama ini, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pencapaian tujuan perusahaan secara maksimal dan dalam usaha menciptakan loyalitas konsumen.

Menurut Aaker (Aaker, 1991: 74), ada lima cara untuk menciptakan dan memelihara loyalitas konsumen. Pertama adalah memperlakukan hak pelanggan, yaitu pelanggan atau konsumen mempunyai hak untuk dihormati dalam artian memperlakukan mereka sesuai dengan keinginannya dan kehendak mereka, agar tetap terpelihara loyalitasnya maka perusahaan harus memperhatikan apa saja keinginan dan harapan mereka terhadap kinerja produk perusahaan. Kedua adalah tetap dekat dengan

pelanggan, dimana kedekatan tersebut merupakan modal yang berharga karena perusahaan akan tahu perubahan-perubahan dari keinginan konsumen, kedekatan ini sangat efektif untuk mengetahui harapan konsumen dengan cepat.

Ketiga adalah mengukur kepuasan pelanggan, dimana hal tersebut sangat penting untuk dijadikan masukan yang berarti, dan harus dilaksanakan secara kontinu dan bertahap pada setiap dekade untuk mengetahui sikap konsumen terutama mengenai loyalitas mereka. Keempat adalah menciptakan biaya-biaya peralihan antara lain berupa pemberian harga, serta potongan yang dinegosiasi yang mana harga yang telah ditetapkan dapat berkurang dengan cara negosiasi dengan pertimbangan khusus bagi para pelanggan yang setia. Kelima adalah memberikan ekstra, yang mana bisa berupa pemberian hadiah-hadiah untuk para pelanggan sehingga mereka merasa diperhatikan dan dihargai, yang pada akhirnya dapat mengikat mereka agar tetap loyal dan setia.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas. Faktor-faktor tersebut merupakan variabel yang dipertimbangkan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk barang dan jasa. Menurut Mardalis (Mardalis, 2005: 111) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas, yaitu: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan rintangan untuk berpindah.

Dalam hal kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasannya adalah berkaitan, walaupun keterkaitannya adalah tidak selalu beriringan. Kepuasan adalah langkah yang penting dalam pembentukan loyalitas tetapi menjadi kurang signifikan

ketika loyalitas mulai timbul melalui mekanisme-mekanisme lainnya. Mekanisme lainnya itu dapat berbentuk kebulatan tekad dan ikatan sosial. Namun penelitian-penelitian lain mendapati kurangnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas. Hanya dengan memuaskan pelanggan adalah tidak cukup menjaga mereka untuk tetap loyal, sementara mereka bebas untuk membuat pilihan.

Selanjutnya adalah citra perusahaan, citra yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya penjualan produk suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat, dan yang terakhir faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu besar kecilnya rintangan berpindah (*switching barrier*). Rintangan berpindah terdiri dari biaya keuangan (*financial cost*), biaya urus niaga (*transaction cost*), diskon bagi pelanggan loyal (*loyal customer discounts*), biaya sosial (*social cost*), dan biaya emosional (*emotional cost*). Semakin besar rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal, tetapi loyalitas mereka mengandung unsur keterpaksaan.

Berdasarkan hasil koefisien regresi masing-masing variabel yang telah dipaparkan dalam penelitian ini maka dapat diketahui ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Kabupaten Bantul sebesar 43,2%. Sedangkan 56,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan besar kecilnya rintangan untuk berpindah. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa prosedur pelayanan *customer service* pada Kantor

Pos Kabupaten Bantul memberikan pengaruh yang dominan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa selama ini sistem dan prosedur yang telah ditetapkan oleh Kantor Pos Kabupaten Bantul mampu menciptakan loyalitas bagi pelanggan.