

## PENGARUH KOMPETENSI, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KANTOR POS SEMOLOWARU TENGAH SURABAYA)

Vinsensia Anggriani D. Wele

*sensawe09@gmail.com*

Khuzaini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research examined the effect of competence, service quality, and image on consumers' satisfaction (A Study at Surabaya Center Semolowaru Post Office). The competence was measured by faith and values, skills, experiences, personal characteristics, motivation, emotional issues, intellectual ability, and organizational culture. Moreover, service quality was measured by reliability, response, guarantee, empathy, and physical evidence. The image was measured by perception, cognition, or self-faith from each individual, and motive in which personal private pushed each certain activities to achieve objectives with customers' satisfaction overall, customers' hope confirmation, repurchasing intention, and willingness to recommend. The research was quantitative. Furthermore, the population was consumers of Surabaya Center Semolowaru Post Office. The data collection technique used probability sampling, i.e. purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 100 respondents. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26. The result showed that competence, service quality, and image had a positive and significant effect on consumers' satisfaction at Surabaya Center Semolowaru Post Office.*

**Keywords:** Competence, Service Quality, Image.

### ABTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kompetensi, kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan konsumen (studi pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya). Kompetensi diukur dengan keyakinan dan nilai-nilai, keterampilan, pengalaman, karakteristik kepribadian, motivasi, isu emosional, kemampuan intelektual dan budaya organisasi. Kualitas Pelayanan diukur dengan reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Sedangkan citra diukur dengan persepsi, kognisi atau keyakinan diri dari tiap individu, motif yakni pribadi seseorang yang mendorong untuk melakukan kegiatan tertentu agar tercapainya tujuan, dan yang terakhir adalah sikap. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, konfirmasi harapan pelanggan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Proses pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* yakni *purposive sampling* yang artinya pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan yaitu sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi, kualitas pelayanan dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

**Kata Kunci:** Kompetensi, Kualitas Pelayanan, Citra.

### PENDAHULUAN

PT Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara yang senantiasa banyak diminati konsumen karena eksistensinya yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. PT Pos Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa yakni pengiriman barang berupa surat dan paket. Cabang dari PT Pos Indonesia pun banyak menyebar hampir ke seluruh wilayah Indonesia, hal ini tentunya memberi dampak positif salah satunya sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi banyak orang yang tentu saja harus memenuhi standar dan

kualifikasi serta penempatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Salah satunya adalah Kantor Pos Semolowaru Tengah, Surabaya. Beralamat di Jl. Semolowaru Tengah No. 20, kantor Pos Semolowaru Tengah berfokus pada pengiriman surat dan paket. Berikut ini merupakan daftar transaksi Kantor Pos Semolowaru Tengah periode Mei - Oktober 2023, yang disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Daftar Transaksi Kantor Pos Semolowaru Tengah Periode Mei-Oktober 2023**

| No | Bulan     | Jumlah Paket |
|----|-----------|--------------|
| 1  | Mei       | 920 paket    |
| 2  | Juni      | 705 paket    |
| 3  | Juli      | 523 paket    |
| 4  | Agustus   | 874 paket    |
| 5  | September | 611 paket    |
| 6  | Oktober   | 710 paket    |

Sumber: Data Sekunder, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah pengiriman paket tiap bulannya mengalami perbedaan. Pada bulan Mei jumlah pengiriman meningkat, kemudian pada bulan Juni dan Juli jumlah pengiriman perlahan menurun. Jumlah paket kembali meningkat di bulan Agustus dan mengalami penurunan kembali di bulan September. Namun di bulan Oktober jumlah paket kembali naik. Berdasarkan data tersebut, peneliti menetapkan beberapa faktor untuk diteliti yakni kompetensi, kualitas pelayanan dan citra yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kantor Pos Semolowaru Tengah, Surabaya.

Kepuasan konsumen salah satu hal penting yang menjadi target dari tiap perusahaan. Menurut Tjiptono (2014:353) menjelaskan bahwa kata 'kepuasan atau *satisfaction*' berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu' atau 'membuat sesuatu memadai'.

Menurut Ibrahim (2016:69) Kompetensi merupakan "suatu pokok potensi yang ada pada diri seseorang sehingga melaksanakan segala sesuatu pekerjaan yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, sikap, perilaku, sehingga hal tersebut merupakan karakteristik individu". Pada dasarnya kompetensi didukung oleh pengetahuan, keterampilan, keahlian dan profesionalitas seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan kinerja yang memuaskan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya, mampu mempertahankan keunggulan dan mencapai hasil yang lebih baik. Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kompetensi adalah kemampuan untuk melakukan suatu pekerjaan secara efektif dan efisien yang didasari dengan sikap profesional. Kanaidi dan Andranaswari (2022) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa hasil pengujian menunjukkan kompetensi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Hermawati (2018) yaitu mendapatkan hasil bahwa kompetensi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan atau organisasi penyedia layanan jasa saat ini berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan melalui inovasi dan perbaikan berkelanjutan. Purbarani (dalam Armanto, 2018:1284) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai "kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai harapan mereka". Kotler (2002:83) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah "setiap tindakan di dalam suatu kegiatan yang dapat ditawarkan ke suatu pihak untuk pihak lain, dimana semua pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berdampak mengakibatkan kepemilikan apapun". Kualitas pelayanan perusahaan dikatakan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai atau melebihi harapan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mahira *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Sedangkan Kasinem (2020) dalam penelitiannya menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Menciptakan citra perusahaan yang dirancang dengan baik melalui inovasi sangat penting bagi perusahaan besar maupun kecil, karena hal tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan harus melakukan yang terbaik untuk menampilkan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga memiliki citra yang positif di mata pelanggan. Setiap interaksi antar pelanggan dengan pelaku usaha berpotensi meningkatkan atau bahkan menurunkan citra perusahaan di mata pelanggan. Kotler (dalam Prasetya dan Ibrahim, 2017) menyatakan bahwa citra perusahaan adalah “pandangan konsumen/persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan yang berupa persepsi positif yang bisa mempengaruhi pemasaran suatu perusahaan”. Menurut Soemirat dan Elvinaro (dalam Dedali, 2022) citra perusahaan merupakan kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil pengetahuan dan pengalaman. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fakhrudin (2020) memperoleh hasil bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian Pontoh *et al.* (2014) bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Rumusan Masalah**

Dari seluruh pemaparan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, yakni: 1) Apakah Kompetensi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya? 2) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya? 3) Apakah Citra berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kompetensi terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Kompetensi**

Priansa (2017:87) kompetensi adalah “peta kapasitas karyawan atas atribut pekerjaan yang diembannya, yang merupakan kumpulan dari kemampuan, keterampilan, pengalaman, kematangan, keefektifan, keefisienan, dan kesuksesan dalam mengemban tanggung jawab pekerjaan”.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kadaria (2022:10) kualitas pelayanan merupakan “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mengupayakan penyampaian layanan secara tepat untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

### **Citra**

Menurut Abdel-Salam *et al.* (dalam Subantoro dan Wahyuati, 2019) pengertian citra perusahaan yaitu “kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen pada perusahaan. Baik citra positif maupun

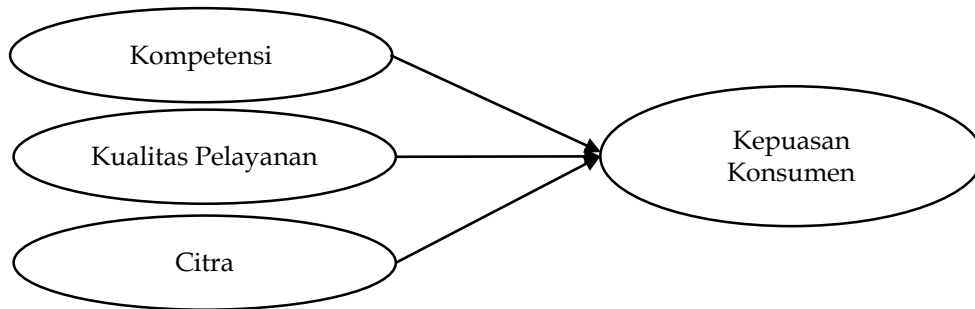
negatif kemudian akan teringat kembali ketika nama perusahaan tersebut terdengar atau terbawa ke dalam ingatan konsumen”.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Sunarto (2004:17) kepuasan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya”.

### **Rerangka Pemikiran**

Dapat dilihat rerangka pemikiran dari Gambar 1 berikut ini:



**Gambar 1**  
**Rerangka Pemikiran**

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Kompetensi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Menurut Priansa (2017:87) kompetensi adalah “peta kapasitas karyawan atas atribut pekerjaan yang diembannya, yang merupakan kumpulan dari kemampuan, keterampilan, pengalaman, kematangan, keefektifan, keefisienan, dan kesuksesan dalam mengemban tanggung jawab pekerjaan”. Ketika karyawan memiliki kompetensi yang tinggi, mereka cenderung dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan efisien kepada konsumen. Kompetensi yang meliputi aspek-aspek seperti keandalan, kecepatan, dan kualitas pelayanan, seperti yang diukur dalam variabel Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya, secara langsung mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sianaga dan Napitupulu (2018) menunjukkan hasil bahwa kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Lufitasari *et al.* (2023) yaitu kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Badriyah dan Kuswanto (2023) menunjukkan kompetensi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka berdasarkan uraian tersebut hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Kompetensi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Semolowaru Tengah.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik dan sifat dari setiap tindakan atau kinerja yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, meskipun pada dasarnya tidak dapat dilihat, tetapi berdampak pada kemampuan pihak tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler (2005:153) kualitas layanan adalah “model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka

terima/rasakan". Pernyataan di atas sejalan atau sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmarini *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Suryani (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Semolowaru Tengah.

### **Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Konsumen**

Secara umum citra didefinisikan sebagai representasi yang menunjukkan seseorang atau sekelompok yang mempunyai pengetahuan dan kesadaran akan sesuatu yang baik maupun buruk dari perusahaan jasa atau produk yang diperoleh dari pengalaman. Menurut Mariyati *et al.* (2020) citra perusahaan merupakan "penilaian yang menyeluruh kepada perusahaan oleh konsumen yang dipercaya memberi pengaruh kepuasan. Menciptakan citra positif perusahaan dapat dicapai dengan membantu konsumen memahami keunggulan produk dengan melakukan segala cara yang mungkin dapat menunjukkan citra yang baik dari perusahaan dan layanan serta membangun hubungan yang mampu membuat konsumen merasa dihargai secara pribadi". Alfian dan Wendrita (2023) serta Sari *et al.* (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti *et al.* (2022) mendapatkan hasil yaitu citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Citra berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Semolowaru Tengah.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:18) Penelitian kuantitatif "dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen". Maka, dalam penelitian ini metode kuantitatif bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kompetensi, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner kepada pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya dengan tujuan mendapatkan data ilmiah yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

### **Gambaran Umum Populasi (Objek) Penelitian**

Populasi adalah "wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" (Sugiyono, 2014:115). Oleh karena itu, dalam penelitian ini ditetapkan populasi yaitu pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2017:138) adalah "pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti". Berdasarkan jumlah responden tersebut peneliti menetapkan karakteristik atau kriteria responden sebagai berikut: a) Konsumen yang menggunakan jasa kantor Pos

Semolowaru Tengah. b) Responden berusia  $\leq 20$  tahun sampai dengan  $\geq 40$  tahun. c) Konsumen yang menggunakan jasa kantor Pos Semolowaru Tengah lebih dari 1x.

Dengan mengacu pada konsumen yang memenuhi kriteria di atas, maka peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus Lemeshow yang di mana rumus Lemeshow digunakan jika populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya. Berikut merupakan rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Harga standar normal (1,976)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Interval atau penyimpangan (0,100)

q = 1 p

Jadi besar jumlah anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976^2) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 97,6$$

Berdasarkan jumlah perhitungan di atas, dapat diketahui yang menjadi responden dalam penelitian ini 97,6 dan dibulatkan menjadi 100 responden untuk mempermudah pengolahan data dan hasil pengujian yang lebih baik. Jadi jumlah sampel yang digunakan yaitu sejumlah 100 orang pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya dari populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya.

## Teknik Pengumpulan Data

### Jenis Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017:225). Skala likert atau skala penilaian dapat disebut juga dengan mengukur hasil kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengetahui rata-rata dari tanggapan responden menggunakan skala likert, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

a) Apabila nilai rata-rata tanggapan  $4,20 < x \leq 5,00$  maka termasuk kategori Sangat Setuju (5).

b) Apabila nilai rata-rata tanggapan  $3,40 < x \leq 4,20$  maka termasuk kategori Setuju (4).

c) Apabila nilai rata-rata tanggapan  $2,60 < x \leq 3,40$  maka termasuk kategori Cukup Setuju (3).

d) Apabila nilai rata-rata tanggapan  $1,80 < x \leq 2,60$  maka termasuk kategori Tidak Setuju (2).

e) Apabila nilai rata-rata tanggapan  $1,00 < x \leq 1,80$  maka termasuk kategori Sangat Tidak Setuju (1).

### Sumber Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi data atau informasi lain dalam masalah yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan adalah: a) Data Primer merupakan data yang pertama kali

peneliti kumpulkan melalui kegiatan pengumpulan data secara langsung di lapangan, dalam penelitian ini data primer yang didapatkan yakni melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah. b) Data Sekunder adalah data yang terdiri dari semua informasi yang dikumpulkan peneliti, seperti jurnal. Dengan memanfaatkan data sekunder, informasi yang didapatkan akan semakin banyak dan bervariasi.

## **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

### **Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:31) variabel penelitian pada dasarnya adalah “sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas atau independen (kompetensi, kualitas pelayanan dan citra) dan variabel terikat atau dependen (kepuasan konsumen).

### **Variabel Bebas**

#### **Kompetensi (K)**

Kompetensi diartikan sebagai kemampuan untuk bekerja pada tingkat memuaskan di tempat kerja, termasuk penerapan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan Kantor Pos Semolowaru Tengah. Menurut Zwell (dalam Wibowo, 2017:283) terdapat beberapa faktor yang menjadi indikator kompetensi, yaitu: a) Keyakinan dan Nilai-Nilai. b) Keterampilan. c) Pengalaman. d) Karakteristik Kepribadian. e) Motivasi. f) Isu Emosional. g) Kemampuan Intelektual. h) Budaya Organisasi.

#### **Kualitas Pelayanan (KP)**

Kualitas pelayanan secara garis besar didefinisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan karyawan Kantor Pos Semolowaru Tengah dan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan, membuat mereka tetap menggunakan jasa pelayanan di Kantor Pos Semolowaru Tengah dan tidak beralih ke layanan pesaing. Terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:282) sebagai berikut: a) Reliabilitas (*Reliability*). b) Daya Tanggap (*Responsiveness*). c) Jaminan (*Assurance*). d) Empati (*Empathy*). e) Bukti Fisik (*Tangibles*).

#### **Citra (C)**

Pengertian citra didefinisikan sebagai kesan, pandangan, perasaan yang baik maupun buruk terhadap sebuah objek seperti, orang, organisasi, tempat, sekelompok orang, dan lain sebagainya. Di dalam sebuah perusahaan atau organisasi, citra merupakan cerminan dari apa yang dilihat dan apa yang kemudian dirasakan orang-orang. Untuk menciptakan citra yang baik, karyawan Kantor Pos Semolowaru Tengah harus memperkuat keahliannya. Menurut Soemirat dan Ardianto (2017), citra memiliki empat indikator, yakni: a) Persepsi. b) Kognisi. c) Motif. d) Sikap.

### **Variabel Terikat**

#### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi atas pelayanan dan perbandingan antara harapan dan ekspektasi pelanggan pada Kantor Pos Semolowaru Tengah sesungguhnya. Menurut Tjiptono (2014:368) terdapat empat indikator kepuasan konsumen: a) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*). b) Konfirmasi Harapan Pelanggan (*Confirmation of Expectations*). c) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*). d) Kesiapan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*).

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:232) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan “kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan tersebut yakni mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan”.

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk “mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2018:51). Jadi validitas mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Kriteria penelitian untuk uji validitas adalah sebagai berikut: a) Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka kuesioner tersebut valid. b) Apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

#### Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas adalah “alat 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”. Untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan item-item sebagai berikut: a) Jika nilai *Cronbach Alpha* adalah  $\geq 0,60$  maka dapat dikatakan reliabel. b) Jika nilai *Cronbach Alpha* adalah  $< 0,60$  maka dikatakan tidak reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2016:13) regresi linear berganda yakni “menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen”. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kompetensi, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan konsumen. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KK = a + b_1K + b_2KP + b_3C + e$$

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen (*dependet variable*)

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi K

$b_2$  = Koefisien regresi KP

$b_3$  = Koefisien regresi C

K = Kompetensi (*independent variable*)

KP = Kualitas Pelayanan (*independent variable*)

C = Citra Perusahaan (*independent variable*)

e = error

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:154), uji normalitas bertujuan untuk “menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memilikidistribusi normal”. Kalau asumsi

ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dasar pengambilan keputusan yaitu: a) Jika nilai sig  $\geq 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan normal. b) Jika nilai sig  $< 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan tidak normal.

### Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji *multikolonieritas* bertujuan untuk “menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *multikolonieritas* bisa menggunakan metode sebagai berikut: a) Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi *multikolonieritas* b) Jika nilai  $< 0,10$  atau nilai VIF maka  $> 10$ , maka terjadi masalah *multikolonieritas*.

### Uji Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut *Homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *Heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *Homoskedastisitas* atau tidak terjadi *Heteroskedastisitas*. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas*, yakni dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot. Dengan dasar analisis sebagai berikut: a) Jika ada pola seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, mengindikasikan telah terjadi *heteroskedastisitas*. b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Menurut Ghozali (2018:98) uji F dilakukan untuk “menunjukkan bahwa variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh agregat yang sama dengan variabel dependen. Uji F menjelaskan layak atau tidaknya pengaruh variabel bebas (Kompetensi, Kualitas Pelayanan, dan Citra) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen). Kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis statistik F adalah jika nilai sig  $< 0,05$  pada uji F maka dapat dikatakan model layak digunakan dalam penelitian”.

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) “mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu” (Ghozali, 2018:97). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan konsumen pada kantor Pos Semolowaru Tengah. Kriteria analisis sebagai berikut: a) Jika nilai (R<sup>2</sup>) mendekati 0, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dikatakan lemah. b) Jika nilai (R<sup>2</sup>) mendekati 1, pengaruh variabel independen pada variabel terikat dikatakan lemah, sedangkan variabel terikat dikatakan kuat.

#### Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk “mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen” (Ghozali, 2018:179). Jika taraf yang digunakan adalah 5%, jika probabilitas  $H_a > 0,05$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika  $< 0,05$  maka pernyataan tersebut signifikan. Taraf signifikan yang digunakan sebagai acuan adalah jika

nilai signifikan uji  $t \leq 0,05$  maka Kompetensi, Kualitas Pelayanan, dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Data

#### Uji Validitas

Uji validitas pada dasarnya untuk mengukur validitas atau keabsahan suatu kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian. Berikut tabel hasil uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan 81 responden diketahui  $r_{\text{tabel}} 0,256$ :

**Tabel 2**  
Hasil Uji Validitas

| Variabel                | Indikator       | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-------------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| Kompetensi (K)          | K <sub>1</sub>  | 0,752    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>2</sub>  | 0,734    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>3</sub>  | 0,831    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>4</sub>  | 0,747    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>5</sub>  | 0,731    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>6</sub>  | 0,731    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>7</sub>  | 0,758    | 0,256   | Valid      |
|                         | K <sub>8</sub>  | 0,465    | 0,256   | Valid      |
| Kualitas Pelayanan (KP) | KP <sub>1</sub> | 0,872    | 0,256   | Valid      |
|                         | KP <sub>2</sub> | 0,912    | 0,256   | Valid      |
|                         | KP <sub>3</sub> | 0,893    | 0,256   | Valid      |
|                         | KP <sub>4</sub> | 0,860    | 0,256   | Valid      |
|                         | KP <sub>5</sub> | 0,777    | 0,256   | Valid      |
| Citra (C)               | C <sub>1</sub>  | 0,852    | 0,256   | Valid      |
|                         | C <sub>2</sub>  | 0,893    | 0,256   | Valid      |
|                         | C <sub>3</sub>  | 0,869    | 0,256   | Valid      |
|                         | C <sub>4</sub>  | 0,770    | 0,256   | Valid      |
|                         | C <sub>5</sub>  | 0,852    | 0,256   | Valid      |
| Kepuasan Konsumen (KK)  | KK <sub>1</sub> | 0,814    | 0,256   | Valid      |
|                         | KK <sub>2</sub> | 0,880    | 0,256   | Valid      |
|                         | KK <sub>3</sub> | 0,856    | 0,256   | Valid      |
|                         | KK <sub>4</sub> | 0,892    | 0,256   | Valid      |

Sumber : Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang sesuai dengan indikator dari masing-masing variabel, baik dari variabel independen yaitu Kompetensi, Kualitas Pelayanan, Citra dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen. Dengan dasar pengambilan keputusan *Pearson Product Moment* dari 21 item pernyataan menunjukkan hasil "valid" yang dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r tabel.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 3**  
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel           | Cronbach Alpha | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------|
| Kompetensi         | 0,869          | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan | 0,914          | Reliabel   |
| Citra              | 0,867          | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen  | 0,883          | Reliabel   |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Uji reliabilitas merupakan uji yang berkenaan dengan derajat konsistensi atau kehandalan data dalam interval waktu tertentu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian satu kali, lalu dengan cara tertentu diestimasi reliabilitas

instrument. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas yang disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan variabel Kompetensi, Kualitas Pelayanan, Citra dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Dengan demikian berarti item pertanyaan untuk semua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

### Analisis Deskriptif

#### Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diperoleh gambaran mengenai identitas dari seluruh responden penelitian berdasarkan jenis kelamin. Karakteristik menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang (63%) dan wanita sebanyak 37 orang (37%) dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden laki-laki merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Tabel 4  
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

| No.          | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persen | Kumulatif Persen |
|--------------|---------------|-----------|--------|------------------|
| 1.           | Laki-laki     | 63        | 63%    | 63%              |
| 2.           | Perempuan     | 37        | 37%    | 100%             |
| <b>Total</b> |               | 100       | 100%   |                  |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

#### Karakteristik Berdasarkan Usia

Dari hasil penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai identitas dari responden penelitian berdasarkan pada usia. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 36 orang (36%), 25-35 tahun sebanyak 43 orang (43%), dan 36- 45 tahun sebanyak 21 orang (21%) dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden 25-35 tahun merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Tabel 5  
Karakteristik Berdasarkan Usia

| No.          | Usia        | Frekuensi | Persen | Kumulatif Persen |
|--------------|-------------|-----------|--------|------------------|
| 1.           | < 25 tahun  | 36        | 36%    | 36%              |
| 2.           | 25-35 tahun | 43        | 43%    | 79%              |
| 3.           | 36-45 tahun | 21        | 21%    | 100%             |
| <b>Total</b> |             | 100       | 100%   |                  |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

#### Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6  
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

| No.          | Pendidikan        | Frekuensi | Persen | Kumulatif Persen |
|--------------|-------------------|-----------|--------|------------------|
| 1.           | Mahasiswa/Pelajar | 25        | 25%    | 25%              |
| 2.           | Pegawai Swasta    | 44        | 44%    | 69%              |
| 3.           | PNS               | 11        | 11%    | 80%              |
| 4.           | Wiraswasta        | 20        | 20%    | 100%             |
| <b>Total</b> |                   | 100       | 100%   |                  |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Dari hasil penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai identitas dari responden penelitian berdasarkan pada pekerjaan. Karakteristik menurut pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan

bahwa responden yang berprofesi sebagai Mahasiswa/Pelajar sebanyak 25 orang (25%), Pegawai Swasta sebanyak 44 orang (44%), PNS sebanyak 11 orang (11%) dan Wiraswasta sebanyak 20 orang (20%), dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden Pegawai Swasta merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

### Deskriptif Variabel Penelitian

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap delapan item pernyataan pada variabel kompetensi sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi (K)**

| No.              | Pernyataan     | STS | TS | CS | S  | SS | n   | Mean        |
|------------------|----------------|-----|----|----|----|----|-----|-------------|
| 1.               | K <sub>1</sub> | 3   | 7  | 24 | 48 | 18 | 100 | 3,71        |
| 2.               | K <sub>2</sub> | 1   | 5  | 18 | 57 | 19 | 100 | 3,88        |
| 3.               | K <sub>3</sub> | 1   | 8  | 21 | 52 | 18 | 100 | 3,78        |
| 4.               | K <sub>4</sub> | 0   | 7  | 25 | 54 | 14 | 100 | 3,75        |
| 5.               | K <sub>5</sub> | 0   | 4  | 27 | 57 | 12 | 100 | 3,77        |
| 6.               | K <sub>6</sub> | 1   | 3  | 24 | 60 | 12 | 100 | 3,79        |
| 7.               | K <sub>7</sub> | 1   | 5  | 31 | 46 | 17 | 100 | 3,73        |
| 8.               | K <sub>8</sub> | 0   | 0  | 35 | 52 | 13 | 100 | 3,78        |
| <b>Rata-rata</b> |                |     |    |    |    |    |     | <b>3,77</b> |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kompetensi yang tertinggi yaitu indikator K<sub>2</sub> yaitu Ketrampilan dengan mean 3,88 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator K<sub>1</sub> yaitu Keyakinan dan Nilai-Nilai dengan mean 3,71. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kompetensi yaitu 3,77 yang termasuk kategori setuju karena termasuk interval  $3,40 < K \leq 4,20$  yang artinya pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya setuju pada pernyataan Kompetensi pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap lima item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan sebagai berikut :

**Tabel 8**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (KP)**

| No.              | Pernyataan      | STS | TS | CS | S  | SS | n   | Mean        |
|------------------|-----------------|-----|----|----|----|----|-----|-------------|
| 1.               | KP <sub>1</sub> | 3   | 9  | 17 | 49 | 22 | 100 | 3,78        |
| 2.               | KP <sub>2</sub> | 6   | 7  | 21 | 39 | 27 | 100 | 3,74        |
| 3.               | KP <sub>3</sub> | 3   | 9  | 28 | 41 | 19 | 100 | 3,64        |
| 4.               | KP <sub>4</sub> | 3   | 9  | 26 | 39 | 23 | 100 | 3,70        |
| 5.               | KP <sub>5</sub> | 3   | 9  | 30 | 39 | 19 | 100 | 3,62        |
| <b>Rata-rata</b> |                 |     |    |    |    |    |     | <b>3,70</b> |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan yang tertinggi yaitu indikator KP<sub>1</sub> yaitu Reliabilitas dengan mean 3,78 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator KP<sub>5</sub> yaitu Bukti Fisik dengan mean 3,62. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kualitas Pelayanan yaitu 3,70 yang termasuk kategori setuju karena termasuk interval  $3,40 < KP \leq 4,20$  yang artinya pelanggan Kantor Pos Semolowaru

Tengah Surabaya setuju pada pernyataan Kualitas Pelayanan pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap pernyataan pada variabel citra sebagai berikut:

**Tabel 9**  
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra (C)

| No.              | Pernyataan     | STS | TS | CS | S  | SS | n   | Mean        |
|------------------|----------------|-----|----|----|----|----|-----|-------------|
| 1.               | C <sub>1</sub> | 3   | 7  | 18 | 52 | 20 | 100 | 3,79        |
| 2.               | C <sub>2</sub> | 1   | 8  | 24 | 51 | 16 | 100 | 3,73        |
| 3.               | C <sub>3</sub> | 2   | 7  | 16 | 56 | 17 | 100 | 3,81        |
| 4.               | C <sub>4</sub> | 0   | 9  | 26 | 46 | 19 | 100 | 3,75        |
| <b>Rata-rata</b> |                |     |    |    |    |    |     | <b>3,77</b> |

Sumber : Data Primer, 2024 (diolah)

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Citra yang tertinggi yaitu indikator C<sub>3</sub> yaitu Motif dengan mean 3,81 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator C<sub>2</sub> yaitu Kognisi dengan mean 3,73. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kualitas Pelayanan yaitu 3,77 yang termasuk kategori setuju karena termasuk interval  $3,40 < C \leq 4,20$  yang artinya pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya setuju pada pernyataan Citra pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen sebagai berikut:

**Tabel 10**  
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen(KK)

| No.              | Pernyataan      | STS | TS | CS | S  | SS | n   | Mean        |
|------------------|-----------------|-----|----|----|----|----|-----|-------------|
| 1.               | KP <sub>1</sub> | 0   | 3  | 16 | 58 | 23 | 100 | 4,01        |
| 2.               | KP <sub>2</sub> | 0   | 6  | 17 | 56 | 21 | 100 | 3,92        |
| 3.               | KP <sub>3</sub> | 0   | 2  | 25 | 54 | 19 | 100 | 3,90        |
| 4.               | KP <sub>4</sub> | 0   | 5  | 20 | 47 | 28 | 100 | 3,98        |
| <b>Rata-rata</b> |                 |     |    |    |    |    |     | <b>3,95</b> |

Sumber : Data Primer, 2024 (diolah)

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kepuasan Konsumen yang tertinggi yaitu indikator KP<sub>1</sub> yaitu Kepuasan Pelanggan Keseluruhan dengan mean 4,01 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator KP<sub>3</sub> yaitu Niat Beli Ulang dengan mean 3,90. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kepuasan Konsumen yaitu 3,95 yang termasuk kategori setuju karena termasuk interval  $3,40 < KK \leq 4,20$  yang artinya pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya setuju pada pernyataan Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas adalah Pengaruh Kompetensi, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen. Berikut akan disajikan hasil dari

pengolahan data yang menggunakan program SPSS yang ditunjukkan oleh Tabel 11 sebagai berikut ini :

**Tabel 11**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1     | (Constant)         | 1,667                       | 1,075      |                           |
|       | Kompetensi         | 0,288                       | 0,055      | 0,504                     |
|       | Kualitas Pelayanan | 0,105                       | 0,040      | 0,176                     |
|       | Citra              | 0,234                       | 0,078      | 0,267                     |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 11 di atas didapatkan persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$KK = 1,667 + 0,288K + 0,105KP + 0,234C$$

Dari hasil persamaan analisis regresi linier berganda tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Konstanta ( $\alpha$ ) nilai konstanta sebesar 1,667. Hal menunjukkan bahwa kompetensi, kualitas pelayanan dan citra adalah konstan, maka kepuasan konsumen sebesar 1,667. 2) Koefisien regresi untuk variabel Kompetensi (K) sebesar 0,288. Koefisien regresi bersifat positif menunjukkan bahwa variabel kompetensi mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila kompetensi meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. 3) Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (KP) besarnya koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,105. Nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. 4) Koefisien regresi untuk variabel Citra (C) besarnya koefisien regresi citra sebesar 0,234. Nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan bahwa variabel citra mempunyai hubungan searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila citra meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

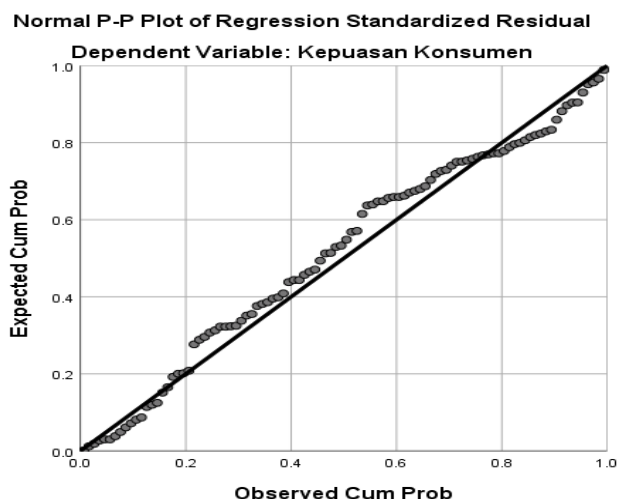
Uji normalitas ialah uji yang ditunjukkan untuk menguji serta memahami apakah sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau yang mendekati normal. Hasil dari uji normalitas melalui pendekatan *kolmogorov-smirnov* dapat dilihat dari Tabel 12.

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0,0000000               |
|                                  | Std. Deviation | 1,54643551              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | 0,099                   |
|                                  | Positive       | 0,063                   |
|                                  | Negative       | -0,099                  |
| Test Statistic                   |                | 0,099                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | 0,087                   |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,087 dan lebih besar dari 0,05. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, maka persamaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas. Berikut grafik normal P-P Plot yang didapat dari pengujian normalitas. Lalu, Gambar 2 menyatakan bahwa titik-titik menyebar mengikut garis diagonal maka model regresi ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan layak dalam penelitian ini.



Gambar 2  
 Hasil Uji Normalitas  
 Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

### Uji Multikolinearitas

Penelitian bisa menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* untuk mengetahui ada tidaknya suatu masalah multikolinearitas dalam model regresi, jika nilai *tolerance*  $\geq 0,1$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $\leq 10$ , maka model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 13  
 Hasil Uji Multikolinieritas

| Model              | Collinearity Statistics |       | Keterangan                      |
|--------------------|-------------------------|-------|---------------------------------|
|                    | Tolerance               | VIF   |                                 |
| 1 Kompetensi       | 0,393                   | 2,545 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Kualitas Pelayanan | 0,808                   | 1,238 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Citra              | 0,450                   | 2,224 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

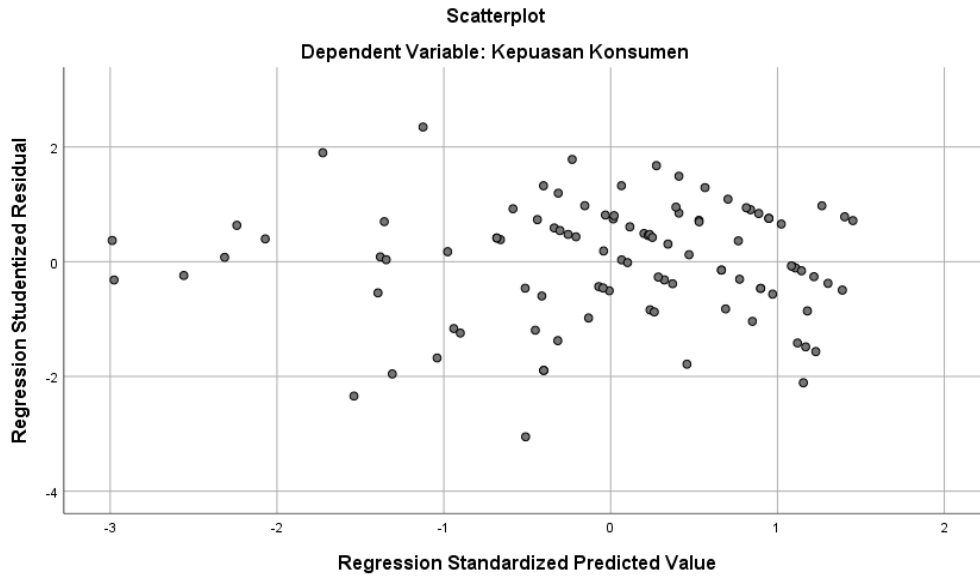
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai *Tolerance*  $\geq 0,1$  dan VIF (*Variance Inflation Factor*)  $\leq 10$ , maka hal ini berarti persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinearitas, sehingga variabel bebas tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji heteroskedastisitas antar variabel Kompetensi, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen maka diperoleh hasil seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Gambar 3 menyatakan bahwa pola titik-titik scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.



**Gambar 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
 Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

**Uji Kelayakan Model**

**Uji F**

Hasil Uji F antar variabel Kompetensi, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 14**  
**Hasil Uji F**

|   | <i>Model</i>      | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---|-------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| 1 | <i>Regression</i> | 448,635               | 3         | 149,545            | 60,638   | 0,000       |
|   | <i>Residual</i>   | 236,755               | 96        | 2,466              |          |             |
|   | <b>Total</b>      | <b>685,390</b>        | <b>99</b> |                    |          |             |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Dari hasil output pada program SPSS besarnya tingkat signifikan sebesar 0,000. Berarti hasil output yang dihasilkan SPSS lebih kecil dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa model layak digunakan untuk analisis.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien korelasi simultan adalah suatu besaran yang mengukur tingkat keeratan hubungan variabel-variabel bebas secara simultan terhadap niat beli yang disajikan pada Tabel 15 sebagai berikut :

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|--------------|----------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1            | 0,809    | 0,655           | 0,644                    | 1,570                             |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Nilai koefisien *R Square* sebesar 0,655. Nilai tersebut mendekati angka satu, sehingga bisa dinyatakan bahwa variabel kompetensi, kualitas pelayanan dan citra dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 65,5% dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil Uji t antar variabel Kompetensi, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap Kepuasan Konsumen maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 16**  
**Hasil Uji t**

| Variabel                                      | Sig.  | Keterangan |
|---|-------|------------|
| Kompetensi Terhadap Kepuasan Konsumen         | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen | 0,010 | Signifikan |
| Citra Terhadap Kepuasan Konsumen              | 0,004 | Signifikan |

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini yang ditampilkan pada Tabel 16, maka dapat dijelaskan hasil uji hipotesis berikut: 1) Variabel Kompetensi (K) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kompetensi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. 2) Variabel Kualitas Pelayanan (KP) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,010 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. 3) Variabel Citra (C) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### Pembahasan

#### Kompetensi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya Kompetensi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti bahwa peningkatan Kompetensi yang semakin tinggi akan memiliki dampak positif pada peningkatan Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan analisis data kuesioner, kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel Kompetensi, di mana indikator Keterampilan mencatat nilai tertinggi dengan mean sebesar 3,88. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan yang dimiliki pegawai Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya memberikan kontribusi besar terhadap kompetensi dengan kepuasan konsumen. Di sisi lain, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah Keyakinan dan Nilai-Nilai dengan mean sebesar 3,71. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan pada variabel Kompetensi adalah 3,77 yang menunjukkan bahwa pelanggan setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai kompetensi pegawai di Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Priansa (2017:87) kompetensi adalah peta kapasitas karyawan atas atribut pekerjaan yang diembannya, yang merupakan kumpulan dari kemampuan, keterampilan, pengalaman, kematangan, keefektifan, keefisienan, dan kesuksesan dalam mengemban tanggung jawab pekerjaan.

#### Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang semakin tinggi akan memiliki dampak positif pada peningkatan Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima. Nilai rata-rata dari tanggapan responden menunjukkan bahwa variabel Kualitas

Pelayanan mendapatkan nilai tertinggi pada indikator Reliabilitas, dengan mean 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa reliabilitas (keandalan) pada layanan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya memberikan kontribusi besar terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Di sisi lain, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator Bukti Fisik, dengan mean 3,62. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek fisik dari layanan pos, seperti fasilitas dan perlengkapan yang tersedia, masih memiliki ruang untuk ditingkatkan guna memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Secara keseluruhan, nilai rata-rata tanggapan untuk seluruh variabel Kualitas Pelayanan adalah 3,70, yang termasuk dalam kategori "setuju". Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya setuju bahwa kualitas pelayanan yang diberikan di kantor pos tersebut memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmarini *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Dewi dan Suryani (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Citra Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya citra memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa peningkatan citra yang semakin tinggi akan memiliki dampak positif pada peningkatan kepuasan konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima. Indikator Motif mendapatkan nilai tertinggi dengan rata-rata 3,81, menunjukkan bahwa motif atau alasan penggunaan layanan pada layanan Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya memberikan kontribusi besar terhadap citra dengan kepuasan konsumen. Di sisi lain, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator Kognisi dengan rata-rata 3,73, yang mengindikasikan bahwa konsumen mungkin memerlukan lebih banyak informasi atau pemahaman yang lebih baik tentang Kantor Pos Semolowaru Tengah. Secara keseluruhan, nilai rata-rata tanggapan pada Kualitas Pelayanan adalah 3,77, yang masuk dalam kategori setuju. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:4) mengungkapkan bahwa citra adalah kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi secara keseluruhan yang kemudian akan tersimpan dalam ingatan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan data dan hasil analisis yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka beberapa kesimpulan dapat dibuat sebagai berikut: 1) Kompetensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Semakin meningkatnya keterampilan kompetensi karyawan maka akan berdampak pada kepuasan konsumen. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Semakin meningkatnya reliabilitas atau kemampuan karyawan dalam memberikan layanan dengan segera dan akurat akan berdampak pada kepuasan konsumen. 3) Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya. Semakin meningkatnya motif atau keinginan yang mendorong karyawan memberikan layanan yang maksimal akan berdampak pada kepuasan konsumen.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pada Kantor Pos Semolowaru Tengah Surabaya, maka saran yang dapat disampaikan peneliti adalah: 1) Kantor Pos Semolowaru Tengah diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan kompetensi karyawan dengan pelatihan untuk

pengembangan keterampilan yang dimiliki. 2) Diharapkan juga agar mampu memperbaiki fasilitas serta memperbaiki kondisi fisik kantor yang ada. Tujuannya agar terciptanya lingkungan kerja yang baik bagi karyawan dan konsumen yang datangpun lebih nyaman. Selain itu, kantor Pos Semolowaru Tengah juga disarankan untuk memperhatikan kemampuan intelektual para karyawannya, seperti pemahaman, ingatan, pemecahan dan penyelesaian masalah. 3) Kantor Pos Semolowaru Tengah diharapkan meningkatkan keyakinan dan nilai-nilai etika dalam aspek operasional. Dapat diwujudkan melalui praktik kerja yang jujur, terbuka atau transparan, dan bertanggung jawab. 4) Kantor Pos Semolowaru Tengah harus lebih fokus dalam meningkatkan kognisi karyawan seperti pemahaman, pengetahuan dan pemikiran untuk pemecahan masalah dalam pelayanan terhadap konsumen. 5) Peneliti berikutnya disarankan untuk dapat melakukan wawancara atau metode lainnya untuk pengumpulan data. Peneliti juga diharapkan dapat melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk melacak perubahan atau pola perilaku dari waktu ke waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armanto, I. D. 2018. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Tripple Play. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 7 No 3.1282-1309.
- Alfian. dan A. Wendrita. 2023. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Kendaraan Bermotor Pada PT. Asuransi Bumi Putra Muda Padang. *Jurnal Economia*. Vol 2 No 1. 241-253.
- Badriyah, N. dan A. Kuswanto. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Akses, Harga, Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi Kasus Stasiun Malang Kota Baru). *Cakrawala Repositori IMWI*. Vol 6 No 1. 420-443.
- Dedali, S. H. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel "Aneka Motor Service" Waru-Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Vol 11 No 1. 144-152.
- Dewi, R. A. dan L. Suryani. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Kecamatan Paju Epat Kabupaten Barito Timur. *JAPB*. Vol 6 No 2. 1536-1546.
- Dwijatenaya, I. B. M. A. 2017. *Kemitraan Agribisnis Kelapa Sawit Kajian Faktor Sosial Demografi, Kompetensi, Produktifitas Dan Kesejahteraan*. LPPM Unikarta Press. Tenggarong.
- Dhermawan, A. A. N. B., I. G. A. Sudibya., dan I. W. M. Utama. 2012. Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja, Kompetensi, Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Di Lingkungan Kantor Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*. Vol 6 No 2. 173-184.
- Fakhrudin, Arif. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Sriwijaya Air Di Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta. *Jurnal Optimal*. Vol 17 No 1. 51-72.
- Faeruzza, N. A. dan E. Soliha. 2023. Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas. *Economics And Digital Business Review*. Vol 4 No 1. 577-586.
- Fiqihtha, E., E. Kuraesin, dan L. Muniroh. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 2 No 2. 39- 55.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hermawati. 2018. Pengaruh Kompetensi Pegawai, Kualitas Pelayanan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor UPT Pendapatan Wilayah

- Makassar 01 Selatan, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Mirai Management*. Vol 3 No 1. 85-100.
- Hidayanti, A. M., S. Saroh, dan D. Zunaida. 2022. Pengaruh Citra Perusahaan, Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Kursus Mengemudi Private Kota Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*. Vol 11 No 2. 62-71.
- Harmadji, D. E., S. Sijabat., N. I. Effendi., D. Mardianto., Y. Pratama., D. F. Harahab., M. Umar., A., R. D. Utami., I. Guntarayana., B. A. Tarigan., I. Meigawati., R. A. Kusumajaya., dan T. A. E Putra. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Global Eksekutif Teknologi.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Ibrahim, M. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pengelolaan PTS Diantara Kompetensi dan Kinerja Dosen)*. Fahmis Pustaka. Makassar.
- Ibrahim, M. dan S. M. Thawil. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol 4 No 1. 175-182.
- Kanaidi. dan N. Andranaswari. 2022. Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Kinerja Pelayanan Staf Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang 3, 4, Dan 5 Di Kota Bandung Dan Sekitarnya. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol 10 No 3. 419-428.
- Kadaria, R. S. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien*. Asosiasi Profesi Widyaaiswara. Jakarta.
- Kusuma, W. dan N. Marlina. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa TRnasportasi Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 9 No 2. 1174-1180.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. PT. Indeks. Jakarta.
- Kasinem. 2020. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Vol 17 No 4. 329-339.
- Lesmana, R. dan Ratnasari. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 2 No 2. 1150-129.
- Lufitasari, S., A. Saepudin., dan Kurniawati. 2023. Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Vol 12 No 2. 151-157.
- Mahira., P. Hadi., dan H. Nastiti. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Vol 2 No 1. 1267-1283.
- Moheriono, M. 2014. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Edisi Revisi. Rajawali. Jakarta.
- Mahfud, H. U. 2017. Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 6 No 1. 1-15
- Mardiani, N. N., Isharijadi., dan F. Styaningrum. 2019. Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Al Hasanah Kota Madiun). *Forum Ilmiah Akuntansi*. Vol 7 No 1. 1-17.
- Mariyati., N. Darna., dan A. Muhidin. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PD. Sumber Rezeki Singaparna). *Business Management And Entrepreneurship Journal*. Vol 2 No 2. 104-115.

- Orlando, J. dan L. Harjati. 2022. Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal Of Accounting & Management Innovation*. Vol 6 No 1. 49-66.
- Prasetya, S. dan M. Ibrahim. 2017. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Alpha Hotel Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 4 No 2.1-10.
- Priyono. dan Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Zifatama. Sidoarjo.
- Pontoh, M. B., L. Kawet., dan W. A. Tumbuan. 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol 2 No 3. 285-297.
- Priansa, D. J. 2017. *Manajemen Kinerja Kepegawaian Dalam Pengelolaan SDM Perusahaan*. Edisi 1. Pustaka Setia. Bandung.
- Rahardjo, D. T. dan A. E. Yulianto. 2022. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol 11 No 8. 1-16.
- Sari, Y. R. 2021. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*. Vol 2 No 2. 164-171.
- Suratno., A. Fathoni., dan A. T. Haryono. 2016. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal Of Management*. Vol 2 No 2.
- Subantoro, B. dan A. Wahyuati. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Management*. Vol 8 No 6. 1-19.
- Sugiyono. 2014. *Metode Pnenelitian Bisnis*. Cetakan 18. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D)*. Edisi 3. Alfabeta. Bandung.
- Sianaga, T. dan F. Napitupulu. 2018. Pengaruh Inovasi, Kompetensi, Dan Keahlian Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Dinas Pertanian Dan Perikanan Kabupaten Toba Samosir. *Repository Universtas HKBP Nommensen*. Medan.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Remaja Posdaya. Bandung.
- Soemirat, S. dan E. Ardianto. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations*. Simbiosis Rekatama. Bandung.
- Syahwi, M. dan S. Pantawis. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT. Telkom Di Kota Semarang). *Jurnal Of Economics And Banking*. Vol 3 No 2. 150-163.
- Said, M. 2022. *Manajemen Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Perusahaan Ritel Modern*. Intelektual Karya Nusantara. Makassar.
- Sunarto. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa Press. Yogyakarta.
- Sutrisno, E. H. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisis 1. Kencana. Jakarta.
- Sianipar, G. J. M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*. Vol 19 No 2. 183-196.
- Suhariadi, F. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pendekatan Teoritis-Praktis*. Airlangga University Press. Surabaya.

- Sukmarini, N. L. P. D., I. G. P. Kawiana., dan K. A. Pratiwi. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol 3 No 9. 1746-1756.
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. CV Andi. Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta
- Widodo, D. S. dan A. Yandi. 2022. Model Kinerja Karyawan: Kompetensi, Kompensasi, Dan Motivasi, (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*. Vol 1 No 1. 1-14.
- Wibowo. 2017. *Manajemen Kinerja*. Edisi Kelima. Rajawali Press. Depok.
- Wijayanti, S. D. R., L. Mahardiana., dan Risnawati. 2018. Pengaruh Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (KPKNL) Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol 4 No 2. 103-112.