

WAKTU TEMPUH KIRIMAN POS (WTKP) DAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PT POS INDONESIA (PERSERO) CABANG SORONG)

Roberthair Suripatty

Dosen Fakultas Ekonomi
Universitas Victory Sorong

Abstract: *The purpose of this study is to determine the effect of Post Time Delivery Time (WTKP) Against Customer Satisfaction At PT Pos Indonesia (Persero) Branch Sorong. Of the population of 7183 subscribers in random post bags in the WTKP report samples were taken with a slovin formula obtained by 99 people. Further data obtained through questionnaire and analyzed with simple linear regression analysis which calculated with the help of program of SPSS 21. The result of research show that there is positive influence between WTKP and Satisfaction of Customer PT Pos Indonesia.*

Keywords: *WTKP, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasaran dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan. Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Semua itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai *profitabilitas* yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh.

Pengertian kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan *factio* yang berarti melakukan atau membuat.

Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal. Pelanggan adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung akan kembali lagi dan melakukan transaksi berulang dengan perusahaan bahkan dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga bertambahnya pelanggan baru.

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa kurir (*mail dan logistik*). Sebenarnya konsep dasar bisnis kurir adalah hanya menyampaikan suatu kiriman dari pengirim kepada penerima. Konsep ini jika dijalankan dengan jumlah kecil baik dari sisi volume kiriman dan sumber daya manusia maka proses penanganannya adalah cukup sederhana dan bisa cepat. Proses pengiriman barang pada dasarnya menggunakan alat transportasi baik itu melalui jalur angkutan jalan darat, angkutan laut dan angkutan udara, yang dapat menunjang mobilitas barang sampai kepada tujuan yang dikehendaki. Dengan segala keterbatasan manusia dalam proses pengiriman barang baik keterbatasan dalam masalah waktu, jarak dan biaya, maka diperlukan suatu penyedia jasa pengiriman yang menyediakan fasilitas transportasi yang baik dan dapat memenuhi permintaan masyarakat agar proses pengiriman dan penerimaan barang dapat berjalan lancar dan memberikan jaminan kepada pengguna jasa pengiriman.

PT Pos Indonesia (Persero) dituntut untuk dapat memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan dengan meminimalisir waktu tempu kiriman pos. Tanggung jawab ini menjadi berat karena adanya para pesaing usaha pengiriman barang yang tumbuh dengan berbagai tawaran yang menguntungkan. Perkembangan teknologi dan informasi menjadi salah satu fasilitas yang dimanfaatkan oleh para pengusaha pengiriman barang yang juga harus diperhitungkan oleh PT Pos Indonesia (Persero). Hal ini perlu karena dari sisi pendapatan ternyata omset PT Pos Indonesia (Persero) mengalami penurunan dibandingkan dengan waktu-waktu sebelumnya. Disamping itu banyak masyarakat yang merasa WTKP PT Pos Indonesia (Persero) sangat lama.

Kondisi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk meneliti WTKP yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia apakah sudah memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan atau belum.

TINJAUAN PUSTAKA

Waktu Tempuh Kiriman Pos (WTKP)

WTKP merupakan standarisasi waktu proses kiriman pos yang dalam prosesnya berkaitan langsung dengan polautupan, pola transportasi dan pola distribusi kiriman pos dan telah diatur dalam *Standar Operating Prosedur* PT. Pos Indonesia (KD.75/DIRUT/1210 dan KD 78/DIRUT/1210). *Standar Operating Prosedur*, pengertian *standard (standar)* (*oxford Dictionary*) “something used as a measure, norm, or model in comparative evaluation” sedangkan operasional “control the functioning of (a machine, proses, or system) (*Oxford Dictionary*). Mengontrol fungsi (mesin, proses, atau sistem). Dan *Procedure* (prosedur) “An established or official way of doing something (*Oxford Dictionary*). Cara yang tersusun atau resmi melakukan sesuatu. Menurut Tjipto Atmoko Standar Operasional Prosedur merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi terkait berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja prosedur kerja dan sistem kerja pada unit yang bersangkutan. Waktu adalah indikator pengukuran yang sangat general dan bersifat uniform, waktu tempuh sangat berkaitan dengan konsep jarak, jarak mempunyai arti penting dalam kehidupan sosial, ekonomi dan juga kepentingan pertahanan. Fidel Miro (2009:20) jarak mempunyai arti penting dalam kehidupan sosial, ekonomi dan juga kepentingan pertahanan. Jarak merupakan faktor pembatas yang bersifat alami maupun relatif sejalan dengan kehidupan dan kemajuan teknologi.

SOP Waktu Tempuh Kiriman Pos

Berdasarkan keputusan Direksi PT. POS Indonesia (Persero) Nomor KD.75/DIRUT/1210 dalam lampiran petunjuk pelaksanaan tentang pola transportasi kiriman pos dan KD.78/DIRUT/1210 dalam lampiran petunjuk pelaksanaan tentang polautupan dan distribusi kiriman pos bahwa proses sistem operasi PT. Pos Indonesia (persero) terdiri dari dua aspek, yaitu: pertama, pola operasi yang meliputi empat proses: (1) Proses *Collecting* (pengumpulan / pengeposan, (2) Proses *Processing* (pemorsesan), (3) Proses *Transportational* (pengangkutan), dan (4) Proses *Delivery* (pengantaran). Kedua, standart pengelolaan operasi yang terdiri dari: (1) Standar Prosedur Operasi, (2) Sistem Mutu Operasi ISS-2010. Parameter atau alat ukur waktu tempuh kiriman pos (WTKP) sesuai keputusan direksi KD No 75 dan No. 78/DIRUT/1220.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer sarisfaction*) atau sering disebut juga dengan total *customer sartisfaction*. Juran (1993:3) kualitas adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996:146) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” melakukan dan membuat.

Tse dan Wilson (dalam Tjiptono 2005:349) mendefenisikan bahwa kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembeli (atau norma kinerja/lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk berasangkutan. Bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atau penggunaan produk barang dan jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi. Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi pemberi layanan tersebut.

METODE

Variabel Penelitian

Variabel bebas (X) yaitu WTKP adalah standar waktu penyerahan kiriman pos, surat dan paket yang dihitung sejak tanggal pengeposan oleh pengirim di kantor asal sampai dengan antaran pertama kali kepada penerima, dikurangi hari libur nasional, indikatornya adalah: *colecting* (pengumpulan /pengeposan), *processing* (pemrosesan), *transportasi* (pengangkutan), dan *delivery* (pengantaran). Variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan, indikatornya adalah: memberi dasar yang baik untuk pembelian ulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut, melahirkan komunikasi yang harmonis dengan kantor pos. Data dihimpun dengan menggunakan kuisisioner dan observasi, selain data pendukung lainnya dari PT POS Indonesia Cabang Sorong.

Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Sorong yang berlokasi di Jl. Jend. A. Yani No. 19 Klademak I Kota Sorong. Populasi penelitian ini

adalah 7183 orang merupakan pelanggan jasa ipos (integrated postal) kantor Pos Sorong dan sampel random kiriman pos pada uji petik random menggunakan rumus slovin:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

Keterangan

n = Jumlah sampel

N = Jumlah total populasi

E =Toleransi error

$$n = 7183/(1 + 7183) (0,1)^2 = 7183/72,83 = 99$$

Jadi sampel yang digunakan adalah berjumlah 99 orang.

Metode Analisa Data

Analisa yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Validitas instrumen penelitian yaitu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid

$$\sqrt{\frac{N (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{(n\sum X^2 - (\sum X)^2) (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

Rxy = Koefisien korelasi pearson antar item yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = Jumlah nilai total

Y = Jumlah nilai butir

n = Jumlah responden dalam uji coba instrumen.

2. Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsisten hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Dimana realibilitas instrumen dianggap jika memiliki koefisien reliabilitas $\geq 0,6$ (lebih besar atau sama dengan 0,6) reliabilitas adalah indeks yang memajukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercayai atau dapat diandalkan dalam penelitian.

$$R11 = \left(\frac{K}{K - 1} \right) - \left(\frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan

r n = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varian butir

σ^2 = Varian total.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

Sebelum dilakukan perhitungan guna menguji model kausalitas dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana, maka diperlukan data hasil penelitian yang telah diuji dan memenuhi seluruh persyaratan adalah:

a. Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah secara serentak variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik atau apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Taraf nyata yang digunakan sebesar 5% dengan derajat keabsahan.

$DI = (k), (n-k-1)$ sedangkan F hitung dicari dengan rumus:

$$F = \frac{R^2k}{(I - R)(n - k - I)}$$

Bila:

F hitung $\geq$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, tetapi sebaliknya jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf yang digunakan sebesar 5 % dengan derajat keabsahan

$DI = n-k-I$ sedangkan t hitung dicari dengan menggunakan rumus

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien Regresi

Se = Standar Error

n = Jumlah Sampel

k = jumlah Parameter.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Persamaan umum regresi sederhana adalah : $Y = a + bX$

Dimana:

Y = subjek pada kinerja yang diprediksikan

a = harga Y bila $X = 0$ (harga Konstan)

b = angka arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = subjek pada kompensasi yang mempunyai nilai tertentu.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan modal menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah anatar nol dan satu. Tingkat ketetapan regresi diunjukkan oleh determinan yang besar berkisar antar $0 \leq R^2 \leq 1$. Makin tepat sebuah garis regersi linear digunakan sebagai pendekatan apabila nilai R^2 sama dengan 1 maka pendekatan itu benar-benar sempurna. Untuk mengelolah data guna membahas dan menarik kesimpulan penelitian, peneliti menggunakan bantuan Komputer melalui program SPSS 21.00 (*statistical package for social science*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang diteliti adalah pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong, yang mengacu dalam upaya untuk menganalisa data hasil observasi dan wawancara. Data hasil observasi dan wawancara digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh waktu tempuh kiriman (WTKP) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong

Tabel 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentasi (%)
1	Pria	40	40,4%
2	Wanita	59	59,6%
	Total	99	100%

Sumber : data primer, diolah (2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang diteliti berjenis kelamin pria yaitu 40 orang responden atau sebanyak 40,4%, sedangkan berjenis kelamin wanita sebanyak 59 orang responden atau sebanyak 59,6%.

Deskripsi Jawaban Responden

Dari hasil penelitian yang dilakukan, tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan berdasarkan variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2
Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X WTKP

No	Butir Pernyataan	Skala	Skor	Frek	Ket
1	Petugas loket memberikan informasi layanan kiriman pos (surat kilat khusus) secara jelas dan lengkap	SS	37	37,4%	N=99
		S	45	45,4%	
		RR	17	17,2%	
		KS	0	0	
		STS	0	0	
2	Petugas loket menerima kiriman, mengentri dan mengkonfirmasi data penerima maupun data pengirim	SS	24	24,2%	N=99
		S	42	42,5%	
		RR	32	32,3%	
		KS	1	1,0%	
		STS	0	0	
3	Petugas pos memastikan pakingan kiriman sudah benar sesuai prosedur	SS	24	24,2%	N=99
		S	46	46,5%	
		RR	29	29,3%	
		KS	0	0	
		STS	0	0	
4	Petugas pos sortir kiriman sesuai kota tujuan dengan benar	SS	34	34,4%	N=99
		S	32	32,3%	
		RR	33	33,3%	
		KS	0	0	
		STS	0	0	
5	Tarif pengiriman kiriman pos	SS	40	40,4%	
		S	41	41,4%	
		RR	18	18,2%	
		KS	0	0	
		STS	0	0	
6	Apakah puas dengan alat transportasi udara yang selama ini digunakan PT. Pos Indonesia Sorong	SS	24	24,2%	N=99
		S	41	41,5%	
		RR	33	33,3%	
		KS	1	1,0%	
		STS	0	0	
7	Petugas antar (pak pos) menguasai daerah antaranya	SS	14	14,1%	N=99
		S	40	40,4%	
		RR	39	39,4%	
		KS	5	5,1%	
		STS	1	1,0%	
8	Petugas antar menyerahkan kiriman kepada penerima dengan baik dan ramah	SS	36	36,4%	N=99
		S	39	39,4%	
		RR	24	24,2%	
		KS	0	0	
		STS	0	0	

Sumber : data primer, diolah (2016)

Tabel 3
Deskripsi jawaban responden dengan variabel Y Kepuasan Konsumen

N0	Butiran Pernyataan	Skala	Skor	Frek	Ket
1	Layanan kiriman surat kilat khusus diterima tepat waktu	SS	17	17,2%	N= 99
		S	42	42,2%	
		RR	39	39,4%	
		KS	1	1,0%	
		STS	0	0	
2	Jasa pengiriman yang tetap waktu akan membuat pelanggan kembali menggunakan jasa PT. Pos Indonesia	SS	18	18,2%	N=99
		S	39	39,4%	
		RR	41	41,4%	
		KS	1	1,0%	
		STS	0	0	
3	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman pada PT. Pos Indonesia	SS	18	18,2%	N=99
		S	32	32,3%	
		RR	47	47,5%	
		KS	2	2,0%	
		STS	0	0	
4	Kesediaan pegawai PT Pos dalam menyediakan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan	SS	11	11,1%	N=99
		S	30	30,3%	
		RR	50	50,5%	
		KS	8	8,1%	
		STS	0	0	

Sumber : data primer, diolah (2016)

Tabel 4
Uji Validitas Variabel WTKP

Butir Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,565	0,1654	Valid
2	0,622	0,1654	Valid
3	0,580	0,1654	Valid
4	0,538	0,1654	Valid
5	0,520	0,1654	Valid
6	0,656	0,1654	Valid
7	0,380	0,1654	Valid
8	0,427	0,1654	Valid

Sumber : data primer, diolah (2016)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel *product moment (pearson)* yaitu pada $df = (n-1)$ yaitu : $99 - 1 = 98$, dan $\alpha = 5\%$ sebesar 0,1654. Hal ini berarti alat ukur dari variabel yang digunakan adalah valid.

Tabel 5
Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,837	0,1654	Valid
2	0,764	0,1654	Valid
3	0,796	0,1654	Valid
4	0,738	0,1654	Valid

Sumber : data primer, diolah (2016)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel *product momen (pearson)* yaitu pada $df = (n-k-1)$ yaitu : $99 - 2 - 1 = 96$, dan $\alpha = 5\%$ sebesar 0.1654. hal ini berarti alat ukur dari variabel yang digunakan adalah valid.

Tabel 6
Uji Realiabilitas

Variabel	Alpha Crobach	Nilai Reliabel	Status
1	0,816	0,60	Relibel
2	0,903	0,60	Relibel

Sumber : data primer, diolah (2016)

Berdasarkan tabel di atas variabel bebas (X) adalah 0,816 dan variabel terikat (Y) adalah 0,903, maka dikatakan reliabel karena *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60.

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Uji Parsial Dengan T – Test

Variabel Bebas	T – Hitung	Probabilitas	Keterangan
WTKP (X)	5.621	0.000	Signifikan
T tabel = 1.6606			

Sumber : data primer, diolah (2016)

Dengan menggunakan t-test, diperoleh nilai t hitung variabel WTKP sebesar 5.621 sedangkan t tabel pada taraf kepercayaan 95 % (signifikansi 5% atau 0,05%) dan derajat bebas (df) = $n - 1 = 99 - 1 = 98$ dimana N – jumlah sampel, dan k = jumlah variabel idependent adalah sebesar 1.6606 dengan demikian $t \text{ hitung} = 5.621 > t \text{ tabel} = 1.6606$ dan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($\text{sig} < 0,05$). Berdasar analisis di atas disimpulkan bahwa WTKP berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong.

Tabel 8
Rangkuman Hasil Output SPSS

Variabel	Unstandardized Coefficients	
Constant) WTKP	B	Std. Error
	1.110	0.477
Konstanta R = 0.496 R = Square : 0.246	F Hitung : 31.594 F Tabel : 3.9381	Sig 0.000

Sumber : data primer, diolah (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas diperoleh persamaan analisis linear sederhana sebagai berikut: $Y = 1.110 + 0.654X$. Interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta 1.110 menunjukkan besarnya pengaruh variabel terikat tingkat kepuasan pelanggan (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variable-variabel bebas.
2. Koefisien WTKP sebesar 0.654 menunjukkan adanya kenaikan nilai WTKP yang dapat menaikkan kepuasan pelanggan atau dengan kata lain kenaikan nilai WTKP sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.654 satu satuan, dengan asumsi variabel lain konstanta/tetap.

KESIMPULAN

Berdasarkan proses perhitungan sebelumnya diketahui bahwa gambaran dari waktu tempuh kiriman pos dari *proseccing, collecting, transportation, delivery* dan *reproting* sebagian besar responden ternyata memiliki penilaian yang baik. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh yang positif antara WTKP terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong
2. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas diperoleh persamaan analisis linear sederhana sebagai berikut : $Y = 1.110 + 0.654X$
Interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:
 - a. Konstanta 1.110 menunjukkan besarnya pengaruh variabel terikat tingkat kepuasan pelanggan (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variable-variabel bebas.
 - b. Koefisien WTKP sebesar 0.654 menunjukkan adanya kenaikan nilai WTKP yang dapat menaikkan kepuasan pelanggan atau dengan kata lain kenaikan nilai WTKP sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.654 satu satuan, dengan asumsi variabel lain konstanta/tetap.

3. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh WTKP terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong. Hal ini ditunjukkan dengan F (hitung 31.594 lebih besar dari F (tabel) 3.9381 maka terdapat pengaruh yang signifikan pengaruh WTKP terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Sorong. Pengaruh WTKP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan dapat teruji kebenarannya sekaligus permasalahan yang dihadapi dapat terjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, F. 2008. Total Quality Management. Yogyakarta
- H. Buchari Alma, 2005. Manajemen Pemasaran dan Jas. Cetakan ketujuh. Jakarta.
- Kotler. P. and Armstrong, G. 2001. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Lupiyoadi, 2001, Faktor-Faktor Tingkat kepuasan, Jakarta.
- Moenir, H. A.S. 1998. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ricky W Griffin. Pengertian Manajemen. Jakarta
- Supranto J. 2012. Petunjuk Praktis penelitian Ilmiah Untuk menyusun.
- Desertasi, Peraturan.
1. Keputusan Direksi (KD) PT Pos Indonesia (persero) Nomor 78/ Dirut/1210 tanggal 31 Desember 2010 Tentang Pola Tutupan dan Pola Distribusi krimanpos.
 2. Keputusan Direksi (KD) PT. Pos Indonesia (persero) Nomor 75/DIRUT/1210 Tanggal 30 Desember 2012 tentang Pola Transportasi Kiriman Pos
 3. Keputusan Direksi (KD) PT. Indonesia (persero) Nomor 21/DIRUT/0211 tanggal 18 februari 2011 Tentang Simplikasi produk Suratpos dan Paketpos.
 4. Undang-Undang Republik Indonesia no. 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik
 5. Undang-Uundang Republik Indonesia no. 38 Tahun 2009 Tentang Pos.