

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS
KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR POS
SOSOPAN KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

TOMMI SAHBANA NASUTION

NIM: 18 402 00314

PROGRAM STUDI EKONOMI SAYRIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2023

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS
KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR POS
SOSOPAN KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

TOMMI SAHBANA NASUTION

NIM: 18 402 00314

**PROGRAM STUDI EKONOMI SAYRIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS
KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR POS
SOSOPAN KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**TOMMI SAHBANA NASUTION
NIM. 18 402 00314**

PEMBIMBING I

Nofihawati, S.E.I.M.A.
NIP. 1982111 6201101 2 003

PEMBIMBING II

Muhammad Wandisyah R Hutagalung M.E
NIP. 199302 272019 031008

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Tomi Sahbana Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Juni 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Tomi Sahbana Nasution** yang berjudul "**Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 198211162011012003

PEMBIMBING II

Muhammad Wandisyah Hutagalung M.E
NIP. 199302272019031008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Tomi Sahbana Nasution**
NIM : 18 402 00314
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiaris sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 08 Agustus 2023
Saya yang Menyatakan,



Tomi Sahbana Nasution
NIM. 18 402 00314

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Tomi Sahbana Nasution**

NIM : 18 402 00314

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 18 Juni 2023

Yang menyatakan,



Tomi Sahbana Nasution
NIM. 18 402 00314



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Tomi Sahbana Nasution
NIM : 18 402 00314
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

Ketua

Dra. Hj. Replita, M. Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung M.E
NIDN. 2027029303

Anggota

Dra. Hj. Replita, M. Si
NIDN. 2026056902

Muhammad Wandisyah R Hutagalung M.E
NIDN. 2027029303

Nofinawati, MA
NIDN. 2016118202

Indah Permata Sari Siregar, M.Si
NIDN. 2024059302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 24 Oktober 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,18
Predikat : Cukup Baik/Amat Baik/Cumlaude



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas
Pelayanan Di Kantor Pos Kabupaten Padang
Lawas

NAMA : Tomi Sahbana Nasution

NIM : 18 402 00314

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Padangsidempuan, 14 November 2023

Dekan



Dr. Daudis Harahap, S.H.I., M.Si. /
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : TOMI SAHBANA NASUTION

NIM : 18 402 00314

Judul : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR POS SOSOPAN KABUPATEN PADANG LAWAS

Pelayanan dalam suatu kegiatan sangat berpengaruh terhadap tingkat pengulangan bisnis serta tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan yang berkualitas membuat konsumen merasa puas. Pelayanan yang berkualitas sangat memiliki hubungan erat terhadap kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini beberapa konsumen yang telah merasakan pelayanan jasa kantor pos bahwa kepuasan belum tercapai dilihat dari lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang diberikan karyawan atau pihak kantor pos.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak Kantor Pos belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen belum tercapai, hal ini terlihat dari kurangnya lahan parkir untuk konsumen, pelayanan karyawan yang kurang cepat serta kesiapan karyawan untuk merespon permintaan konsumen belum cukup puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan Kantor Pos Sosopan melalui lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Penelitian ini menggunakan teori *The Expectation Disconfirmation Model* dan merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 84 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling*, sumber data yaitu primer dan sekunder., pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan angket. Analisis data menggunakan *Software Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS) 23. Metode yang digunakan untuk menguji tingkat kepuasan melalui kualitas pelayanan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA).

Hasil IPA menunjukkan pada diagram kartesius terdapat 4 item pertanyaan yang berada di kaudran A, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut memiliki kepentingannya tinggi bagi konsumen tetapi kinerjanya rendah (prioritas utama) dan harus ditingkatkan lagi. Pada kuadran B terdapat 3 item pertanyaan, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut kepentingannya tinggi oleh konsumen dan kinerjanya juga tinggi (pertahankan prestasi). Pada kuadran C terdapat 3 pertanyaan, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut kepentingannya dianggap biasa saja oleh konsumen dan kinerjanya juga biasa saja (prioritas rendah). Dan terakhir pada kuadran D, terdapat 4 pertanyaan, artinya kepentingannya rendah bagi konsumen tetapi kinerjanya tinggi (berlebihan). Dari seluruh item pertanyaan-pertanyaan tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berkisar 90 sampai 110% dan masuk kedalam “puas”

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan*

ABSTRACT

Name : TOMI SAHBANA NASUTION
NIM : 18 402 00314
Heading : ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY AT SOSOPAN POST OFFICE, PADANG LAWAS REGENCY

Service in an activity is very influential on the level of business repetition and the level of customer satisfaction. Quality service makes consumers feel satisfied. Quality service is closely related to customer satisfaction. Quality provides an encouragement to consumers to establish strong relationships with companies. Based on the background of this study, some consumers who have experienced post office services that satisfaction has not been achieved seen from five dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy provided by employees or the post office.

The problem in this study is that the services provided by the Post Office have not been in accordance with what is expected by consumers so that the level of consumer satisfaction has not been achieved, this can be seen from the lack of parking space for consumers, employee service that is not fast and the readiness of employees to respond to consumer requests is not satisfied enough. This study aims to determine the quality of service of the Sosopan Post Office through five dimensions of service quality, namely *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

This research uses theory The Expectation Disconfirmation Model and is quantitative research. The sample used was 84 respondents. Sampling techniques use incidental sampling, data sources are primary and secondary., data collection used is observation, interviews and questionnaires. Data analysis using Software Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) 23. The methods used to test the level of satisfaction through service quality are The methods used to test the level of satisfaction through service quality are Importance Performance Analysis (IPA).

The results of the IPA show that on the cartesian diagram there are 4 question items in category A, meaning that these questions have high importance for consumers but low performance (main priority) and must be improved again. In quadrant B there are 3 question items, meaning that these questions are of high importance by consumers and high performance (maintain achievement). In quadrant C there are 3 questions, meaning that these questions are considered ordinary by consumers and their performance is also ordinary (low priority). And finally in quadrant D, there are 4 questions, meaning that the importance is low for consumers but high performance (excessive). From all items questions the level of customer satisfaction and service quality ranges from 90 to 110% and goes into "satisfied"

Keywords: Customer Satisfaction and Service Quality

تجريدي

اسم : **تومي سهبانا ناسوتيون**
نيم : **18 402 00314**
عنوان : **تحليل رضا العملاء عن جودة الخدمة في مكتب بريد سوسوبان ، بادانج لاواس ريجنسي**

ومن الواضح أن هذا لا يزال قائما على خفض انبعاثات الفقر. ومن المتوقع أن يكون هناك توافق في القدرات. ومن الواضح أن هذه الجهود لا تزال قادرة على التعامل مع تغير المناخ. ومن شأن أعضاء الاتحاد الأوروبي أن يعملوا على تحقيق نتائج ملموسة. وعلى الرغم من أن هناك حاجة إلى مزيد من الملموسة، إلا أن هذه الملموسة، والموثوقية، والاستجابة، والضمان، والتأكيد على مدى تغير المناخ وإمكانية تحقيق الاستقرار وقابلية التأثر وقابلية التأثر والشفافية وقابلية التأثر والوصول إلى نقاط البيع..

المشكلة في هذه الدراسة هي أن الخدمات التي يقدمها مكتب البريد لم تكن مطابقة لما يتوقعه المستهلكون بحيث لم يتحقق مستوى رضا المستهلك، ويمكن ملاحظة ذلك من عدم وجود أماكن لوقوف السيارات للمستهلكين وخدمة الموظفين غير السريعة واستعداد الموظفين للاستجابة لطلبات المستهلكين غير راض بما فيه الكفاية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد جودة خدمات مكتب بريد سوسوبان من خلال خمسة أبعاد لجودة الخدمة ، وهي الملموسة والموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف.

يستخدم هذا البحث نظرية نموذج تأكيد الإكسباكت وهو بحث كمي. كانت العينة المستخدمة 84 مستجيبا. تستخدم تقنيات أخذ العينات أخذ العينات العرضية ، ومصادر البيانات أولية وثانوية ، جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والاستبيانات. تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية Software للعلوم الاجتماعية. 23 (SPSS) الطريقة المستخدمة لاختبار مستوى الرضا من خلال جودة الخدمة هي تحليل أداء الأهمية. (IPA).

تظهر نتائج IPA أنه على الرسم البياني الديكارتي هناك 4 عناصر سؤال في الفئة A، مما يعني أن هذه الأسئلة لها أهمية عالية للمستهلكين ولكن الأداء المنخفض (الأولوية الرئيسية) (ويجب تحسينها مرة أخرى. يوجد في الربع B 3 عناصر أسئلة ، مما يعني أن هذه الأسئلة ذات أهمية عالية من قبل المستهلكين والأداء العالي) (الحفاظ على الإنجاز). (في الربع C هناك 3 أسئلة ، مما يعني أن هذه الأسئلة تعتبر عادية من قبل المستهلكين وأدائها عادي أيضا) (أولوية منخفضة). (وأخيرا في الربع D، هناك 4 أسئلة ، مما يعني أن الأهمية منخفضة بالنسبة للمستهلكين ولكنها عالية الأداء) (مفرطة). (من جميع البنود الأسئلة يتراوح مستوى رضا العملاء وجودة الخدمة من 90 إلى 110٪. ويذهب إلى "راض" الكلمات الدالة :

رضا العملاء وجودة الخدمة



KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dra, Rukiah, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M. Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Nofinawati, S.E,I.M.A. selaku Pembimbing I dan Bapak Bapak Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E selaku Pembimbing II, yang

telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Sudirman Nasution yang telah banyak melimpahkan pengorbanan yang tidak pernah mengenal lelah, selalu memberikan bantuan moril dan material serta sabar memotivasi kasih sayang dan doanya yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Kepada Ibunda tercinta Elli Henni Harahap yang senantiasa memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, yang selalu memberikan nasehat motivasi untuk peneliti supaya tetap semangat dalam menjalani aktivitas serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan kepada peneliti. Tidak lupa pula nasehat disaat peneliti lemah dan hampir putus asa serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti, semua demi keberhasilan peneliti. Serta

kepada kakak saya Suly Ana Syafitri Nasution A.Md.Keb, dan adik saya Andri Syaputra Nasution, Lili Handayani Nasution dan Masni Arianti Nasution, karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada sahabat peneliti yaitu Adrianto, Dana Rambe, Ibnu Hajar Rambe, dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti.
10. Terimakasih juga kepada teman-teman keluarga besar MB-3 angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Aaamiin yarabbal ‘alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 2023
Peneliti

TOMI SAHBANA NASUTION
NIM. 18 402 00314

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.



- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
	Kasrah dan ya	I	i dan garis di bawah
	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ل. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu

dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
HALAMAN ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	13
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	13
b. Ciri-ciri Konsumen yang Merasa Puas.....	13
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
d. Elemen Kepuasan Konsumen	17
e. Pengukuran Kepuasan Konsumen	17
f. Teori Kepuasan	19
g. Kepuasan Menurut Perspektif Islam	21
h. Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam.....	22
2. Kualitas Pelayanan	25
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	25
b. Dasar-dasar Pelayanan.....	26
c. Ciri-ciri Pelayanan yang baik	26
d. Etika Pelayanan	27
e. Larangan dalam Etika Pelayanan	28
f. Dimensi Kualitas Pelayanan	29

g. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam	31
h. Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam.....	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerang Pikir	36
D. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu penelitian.....	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Sumber Data.....	41
E. Instrumen Pengumpulan Data	42
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
G. Teknik Analiss Data	47
1. IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum	51
1. Sejarah Umum PT. Pos Indonesia (PERSERO) Sosopan.....	51
2. Visi dan Misi	53
3. Struktur Organisasi	54
B. Hasil Penelitian	60
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	60
a. Hasil Uji Validitas	60
b. Hasil Uji Reabilitas	63
2. Hasil Analisis Data	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian	70
D. Keterbatasan Penelitian	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Konsumen yang Telah Melakukan Jasa Kantor Pos	6
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel III.1	Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Angket	43
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket Tingkat Kepentingan Kepuasan	43
Tabel III.3	Kisi-kisi Angket Tingkat Kinerja Pelayanan	44
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan	61
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Tingkat Pelayanan.....	62
Tabel IV.3	Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kepuasan.....	63
Tabel IV.4	Hasil Uji Reabilitas Tingkat Pelayanan	63
Tabel IV.5	Jumlah Nilai, Rata-rata Kepuasan dan Pelayanan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	37
Gambar III.1 Diagram Kartesius.....	49
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	54
Gambar IV.2 Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan dan Pelayanan	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	: Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
Lampiran 3	: Permohonan Izin Riset
Lampiran 4	: Balasan Selesai Riset
Lampiran 5	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 6	: Dokumentasi Penyebaran Angket
Lampiran 7	: Data Angket
Lampiran 8	: Hasil Olahan Data Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelayanan dalam suatu kegiatan sangat berpengaruh terhadap tingkat pengulangan bisnis serta tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal itu pelayanan yang berkualitas membuat karyawan menuntut banyak hal karena mereka sering berada dalam situasi emosional. Seiring waktu berjalan keadaan ini dapat menyebabkan kejatuhan mental atau juga fisik dalam pekerjaan, penurunan kinerja, dan rendahnya kepuasan kerja. Sehingga dalam perusahaan sangat dibutuhkan pelayanan yang berkualitas agar konsumen tidak berpindah pada perusahaan yang lain. Oleh karena itu, pelayanan merupakan salah satu kunci utama dalam meningkatkan jumlah konsumen dan menetapkan konsumen tetap menggunakan jasa pelayanan yang disediakan oleh perusahaan tertentu. Maka dalam hal ini karyawan harus berhati-hati dalam melayani konsumen baik itu yang mengeluh maupun yang melakukan transaksi. karena yang menjadi kunci utama bagi perusahaan adalah karyawan. Mereka yang menjadi perencana, pelaksana, dan pengendalian yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan.¹

Pelayanan yang berkualitas sangat memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan

¹ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, "*Perilaku Organisasi*", (Jakarta: PT Salemba, Empat, 2009), Hlm. 334.

perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan pada setiap perusahaan yang memberikan penawaran dan pelayanan yang baik.²

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT.Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki *brand* dan *image* yang sudah lebih dulu dikenal dikalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup.³

Adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket

² Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). Kosumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.

³ Philip Kotler dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Jakarta: Salemba Empat,1999), hlm. 52.

ataupun transaksi di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan konsumen adalah aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.⁴

Kepuasan dapat dilihat dari bagaimana karyawan memberikan pelayanan. Karna pelayanan yang membuat konsumen senang dan merasa lebih puas dalam menerima jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat meningkatkan kualitas perusahaan.⁵

Konsumen adalah raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan yang dimana konsumen harus dilayani ataupun diberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Jadi konsumen yang puas dan senang terhadap kinerja yang diberikan oleh perusahaan akan menceritakan kepuasannya kepada 5 orang lain, Sedangkan pelanggan yang tidak merasa puas akan menceritakan ke 10 orang lain. Oleh karena itu, ketidakpuasan konsumen adalah jembatan bagi perusahaan yang harus segera dihentikan, jika tidak dihentikan akan mengakibatkan perusahaan ataupun organisasi jatuh. Maka dari itu bagian yang terberat dalam perusahaan atau organisasi adalah bagaimana perusahaan mencocokkan barang atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan kepuasan konsumen.⁶

⁴ Goettsch, David L & Stanley B. Davis. (2000). Kualitas Manajemen. Ahli Bahasa Hendra Tegu dan Ronny A Rusly. Jakarta: Prenhallindo.

⁵ Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.

⁶ Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm, 236.

Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis, dimana pada saat ini kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan masih kurang optimal sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, kantor pos memberikan kepuasan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), guna untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen melalui lima dimensi tersebut.⁷

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap beberapa konsumen diantaranya kepada Bapak Sudirman Nasution,⁸ yang sudah merasakan jasa pelayanan kantor pos menyatakan bahwa beliau kurang puas dalam pelayanan dimensi *tangible* (bukti fisik) jasa dan produk. Beliau mengatakan bahwa Pelayanan di bagian *costumer service* masih kurang optimal dikarenakan karyawan yang bertugas pada bagian *costumer service* hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya konsumen yang datang rata-rata sebesar 10 orang per hari ke *customer service* untuk melakukan transaksi ataupun pengiriman paket.

Begitu juga kepada Ibu Elli Henni Harahap yang juga konsumen dari kantor pos menyatakan bahwa beliau kurang puas terhadap pelayanan dimensi *reliability* (kehandalan) yang diberikan pihak kantor pos. yang dimana beliau mengatakan bahwa paket yang dikirimkan selalu terlambat

⁷ Fandy tjiptono, 2007, Strategi pemasaran, Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.

⁸ Sudirman Nasution, Kepala Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 02 September 2022, Pukul 15:00 Wib.

sampai tujuan.⁹ Sedangkan Menurut Bapak Hendra Nasution yang sudah merasakan jasa pelayanan di kantor pos, bahwa beliau mengatakan masih kurang puas di pelayanan dimensi *tangible* (bukti fisik), bahwa beliau kurang nyaman terhadap tempat parkir yang disediakan.¹⁰ Karena gedung kantor pos berdempetan dengan perumahan disampingnya menyebabkan tempat parkir yang begitu kecil dan sempit sehingga susahnyanya mengeluarkan sepeda motor yang digunakan.

Sementara Menurut Ibu Mawar Pasaribu yang sudah merasakan ataupun melakukan jasa pelayanan kantor pos, bahwa beliau mengatakan masih kurang puas terhadap pelayanan dimensi *responsiveness* (daya tanggap), yang dimana beliau ingin melakukan jasa transaksi kepada *costumer service* tetapi petugas *costumer service* sibuk melakukan pekerjaan lain dan tidak langsung melayani konsumen yang datang.¹¹

Berdasarkan observasi dan wawancara awal ke beberapa konsumen yang telah merasakan pelayanan jasa kantor pos bahwa kepuasan belum tercapai apabila dilihat dari segi bukti fisik, daya tanggap dan kehandalan yang diberikan pihak kantor pos. Hal ini menyebabkan member yang memakai jasa Kantor Pos berfluktuasi. Untuk melihat tingkat kepuasan konsumen, dapat dilihat pada data internal Kantor Pos pada bulan Januari 2021-Februari 2022

⁹ Elli Henni Harahap, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 17 Oktober 2022, Pukul 16:30 Wib.

¹⁰ Hendra Nasution, Kepala Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 17 Oktober 2022, Pukul 17:00 Wib.

¹¹ Mawar Pasaribu, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 17 Oktober 2022, Pukul 17:15 Wib.

Tabel 1.1
Daftar Member yang Memakai Jasa Kantor Pos dari
Januari 2021- Februari 2022

Tahun	Bulan	Rata-rata Per Bulan
2021	Januari	41 <i>Member</i>
	Februari	30 <i>Member</i>
	Maret	61 <i>Member</i>
	Mei	52 <i>Member</i>
	Juni	49 <i>Member</i>
	Juli	24 <i>Member</i>
	Agustus	17 <i>Member</i>
	September	42 <i>Member</i>
2022	Desember	55 <i>Member</i>
	Januari	75 <i>Member</i>
	Februari	79 <i>Member</i>

Sumber: data internal kantor pos

Berdasarkan tabel 1 data rata-rata jumlah *member* yang melakukan transaksi dan jasa Kantor Pos menunjukkan bahwa perubahan jumlah *member* yang bertransaksi tiap bulannya berbeda-beda, dimana terdapat kenaikan yang tinggi serta kenaikan yang rendah. Dari bulan Januari 2021 hingga bulan Februari 2022 kenaikan tertinggi terjadi di bulan Maret ke bulan Mei yaitu mencapai 2 kali lipat dari jumlah awalnya. Kenaikan tersebut disebabkan karena setiap awal bulan yang umumnya pencairan dari pusat pendidikan maupun Negara. Namun dari bulan desember ke bulan februari terjadi penurunan jumlah *member* yang memakai jasa Kantor Pos begitu tinggi hingga mencapai 50-100 orang.

Kantor Pos berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya agar kepuasan konsumen tercapai. Akan tetapi *member*

yang aktif di Kantor Pos berfluktuasi. Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak tercapai dan hal ini tidak sesuai dengan teori M.N. Nasution, banyak pakar yang menyatakan bahwa hukum pertama kualitas adalah “melakukan segala sesuatu benar sejak awal” bila hal itu tercapai, maka akan terwujud kepuasan konsumen.¹²

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas**”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang penulis selidiki dalam kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan jika dilihat dari segi lima dimensi yaitu:

1. Kurangnya jumlah karyawan pada bagian *costumer service*
2. Masih adanya keluhan dari konsumen terkait pelaksanaan pengiriman paket pos yang berakhir pada keterlambatan
3. Fasilitas yang diberikan kantor pos terutama di bagian tempat parkir kurang memadai.
4. Pelayanan yang diberikan karyawan Kantor Pos belum mencapai kepuasan konsumen.

¹² M.N. Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor: Ghalia Indonesia), hlm, 116.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya berfokus kepada kepuasan konsumen Kantor Pos Sosopan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian), dengan menggunakan IPA.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diajari atas sifat-sifat hal yang dapat diamati. Definisi operasional variabel merupakan suatu atribut atau sifat ataupun nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa.	Kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesedian merekomendasikan dan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan. Tingkat kualitas pelayanan	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X)	Layanan yang cepat,	Terletak pada lima dimensi,	Ordinal

	menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti proses dan prosedur yang telah ditetapkan lebih dahulu.	yaitu sebagai berikut: Bukti fisik (<i>tangibles</i>), Reliabilitas (<i>realibility</i>), Daya tanggap (<i>responsiveness</i>), Jaminan (<i>assurance</i>), Empati (<i>emphaty</i>).	
--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
2. Apakah terdapat kepuasan konsumen melalui dimensi *reliability* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
3. Apakah terdapat kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
4. Apakah terdapat kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
5. Apakah terdapat kepuasan konsumen melalui dimensi *emphaty* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
6. Apakah terdapat kepuasan konsumen secara simultan pada lima dimensi kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

F. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles* pada pelayanan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen melalui dimensi *reliability* pada pelayanan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness* pada pelayanan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
4. Untuk mengetahui kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance* pada pelayanan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
5. Untuk mengetahui kepuasan konsumen melalui dimensi *empathy* pada pelayanan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas
6. Untuk mengetahui kepuasan konsumen secara simultan melalui dimensi *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

G. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni teoritis dan praktis, sebagai berikut

1. Secara teoritis, diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang dunia bisnis, serta memberikan kontribusi khususnya bagi Kantor Pos Sosopan.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yaitu:

1. Bagi Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

Dari hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan bagi pihak Kantor Pos untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen.

2. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat khususnya tentang kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak akademis untuk menambah dan memperkaya bahan kajian dan pustaka, serta menjadi referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

H. Sitematika Pembahasan

Untuk Memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai isi proposal ini dan agar lebih mudah dipahami, maka diperlukan suatu sistematika penulisan yang sederhana, sehingga pembaca tidak mengalami kesulitan maupun memahami isi dari proposal ini. Sistematika penulisan merupakan suatu pembahasan secara garis besar dari bab-bab yang akan dibahas.

BAB I, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah sesuai dengan fenomena yang terjadi ditempat objek penelitian. Identifikasi masalah, batasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kepuasan konsumen Kantor Pos Sosopan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibel* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *ressponsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian). Definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti, bagi pihak akademis, bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II, dalam bab ini membahas tentang kerangka teori yang didalamnya pengertian kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan beserta bagian- bagian dari kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.

BAB III, dalam bab ini membahas tentang metode penelitian yang didalamnya menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data serta instrumen pengumpulan data.

BAB IV dalam bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang membuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertakan dengan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa, jika kinerja sesuai harapan pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas.¹³ Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.¹⁴

b. Ciri-ciri Konsumen yang Merasa Puas

Kotler dalam buku Vinna Sri Yuniarti, menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:¹⁵

1. Loyal Terhadap pelayanan, yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga konsumen merasa puas.

¹³ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52.

¹⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 181.

¹⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015), hlm. 238.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai pelayanan yang diberikan.
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika memberikan pelayanan yang baik, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kepuasan saat menggunakan jasa pelayanan yang dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan dan keinginan terhadap kinerja yang dirasakan. Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan, maka kualitas pelayanan dapat diasumsikan dengan baik atau memuaskan. Sebaliknya apabila kualitas yang diterima atau dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan, maka kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan.

Agar pelayanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu :¹⁶

1. Tingkah laku yang sopan.
2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.

¹⁶ Moenir, H.A.S. (2002). *“Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia”*. Jakarta: Bumi Akasara.

3. Waktu penyampaian yang tepat dan
4. Keramah tamahan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat tujuh faktor utama yang harus diperhatikan yakni :¹⁷

1. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan yang baik atau yang sesuai dengan harapannya.
2. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan transaksi cepat tapi mahal
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
4. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
5. Lokasi, tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian antara atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.
6. Fasilitas, bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang

¹⁷ Ibid , hlm. 239.

berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7. Suasana, merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

Menurut Cravens (1996:8) faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen meliputi:¹⁸

1. Sistem pengiriman

Memindahkan produk dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir dalam bisnis biasanya meliputi saluran distribusi dari para pemasok, pabrik, dan para perantara

2. Performa produk dan jasa

Performa dan keunggulan suatu produk dan jasa sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Hubungan harga-nilai

Pembeli menginginkan nilai yang ditawarkan merek sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai.

¹⁸ Cravens, David. W., dan Piercy, Nigel. F. 1996, Strategic Marketing 10th, Edition, New York: McGraw-Hill International Edition.

4. Persaingan

Kelemahan dan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.

d. Elemen Kepuasan Konsumen

- 1) *Expectation*, yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan agar cepat di proses.
- 2) *Performance*, yaitu pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- 3) *Comparison*, hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.
- 4) *Confirmation*, yaitu harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.¹⁹

e. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur atau memantau konsumennya dan konsumen pesaing. Empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, sistem keluhan dan saran, *lost customer analisis*, dan survei kepuasan konsumen.²⁰

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas (Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 187.

²⁰ Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 315.

- 1) Sistem keluhan dan saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.
- 2) *Lost Customer Analisis*, perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti bertransaksi atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- 3) Survei Kepuasan Pelanggan, melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:
 - a) *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
 - b) *Derived Satisfaction*, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan.

- c) *Problem Analysis*, dalam teknik ini responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.
- d) *Importance Performance Analysis*, dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut.²¹

f. Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*)

Teori ini menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation* model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari kinerja suatu produk.²²

Produk berkinerja lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmati*). Jika ini terjadi konsumen akan merasa puas. Produk berkinerja sesuai yang diharapkan, inilah yang disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, tetapi juga tidak mengecewakan konsumen. Konsumen memiliki perasaan yang netral. Produk berkinerja lebih buruk dari yang diharapkan,

²¹ Ibid, hlm. 319

²² Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 322.

inilah yang disebut dengan diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Hal ini akan menyebabkan kekecewaan sehingga konsumen merasa tidak puas.²³

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima.) ketidakpuasan bisa semakin besar apabila konsumen yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat.

Kondisi ini dapat menyebabkan konsumen berprasangka buruk dan sakit hati, yang terpenting bagi konsumen adalah pihak instansi harus menunjukkan prihatin dan penyesalannya terhadap kecewanya konsumen. Oleh Karena itu, para karyawan harus dilatih dan diberi wewenang untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu.

Di samping keterlibatan manajemen puncak, dalam menangani keluhan konsumen juga dapat memberikan dampak positif. Karena konsumen lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah.²⁴

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka konsumen akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu

²³Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*(Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 184.

²⁴ M Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Inonesia , 2004), hlm 17.

perceived performance jauh dibawa *expectation* maka konsumen akan merasa tidak puas. Seorang konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari produsen. Nilai ini biasanya berasal dari kualitas jasa yang diberikan. Pelayanan sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nilai bagi konsumen adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen terasa nyaman.²⁵

g. Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam

Dalam konsep memberikan kepuasan dalam pelayanan jasa, islam menganjurkan agar memberikan yang terbaik bagi setiap orang, Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 59, yaitu :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasulnya kepada mereka, dan berkata: “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya,, Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah,” (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

Penjelasan dari ayat tersebut, Sayyid Quttub ayat tersebut melukiskan adab jiwa, lidah, dan iman. Adab jiwa dengan kepuasan hati menerima apa yang dianugerahkan Allah SWT, merupakan kepuasan yang lahir dari penyerahan diri kepada-Nya, adab lidah

²⁵ Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 240.

dengan ucapan cukuplah Allah bagi kami, dan adab iman yang dicerminkan oleh harapan akan perolehan sebagian dari karunia-Nya.²⁶

h. Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.²⁷ Kepuasan konsumen ditinjau dari ekonomi islam sudah sesuai dengan ekonomi islam karena kepuasan konsumen di dalam ekonomi islam adalah masalah dimana islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal,yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap isrof (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atasberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsinya.

²⁶ M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm

²⁷ Moch Zulfa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Citra terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah" (Disertasi Doktor, Universitas Airlangga, 2010), 192.

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:²⁸

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-

²⁸
perspektif.html.

<https://tipsraserbi.blogspot.com/2015/03/kepuasan-pelanggan>

dalam

lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu

Ilmu ekonomi adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.²⁹

²⁹ Rozalinda, Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya Pada Aktifitas Ekonomi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.2-3

Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atasterpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.³⁰

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan konsumen atau menempatkan sesuatu di mana konsumen sudah tahu tempatnya.³¹

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan yang berhubungan dengan perusahaan dan jasa pelayanan yang diberikan.

³⁰ Zaki Fuas Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Erlangga, 2016), h.132

³¹ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 15.

b. Dasar-Dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami setiap karyawan:³²

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- 6) Jangan menyela atau memotong pembicaraan

c. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

- 1) Tersedianya karyawan yang baik. Kenyamanan konsumen sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik.
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Pada dasarnya konsumen ingin dilayani secara prima.

³² Stazton. 2012, Dasar-Dasar pemasaran Manajemen, Penerbit Danang Sunyoto: Yogyakarta

- 3) Mampu melayani secara cepat dan tepat, artinya karyawan diharapkan melayani konsumen sesuai dengan prosedur.
- 4) Mampu berkomunikasi, artinya karyawan harus mampu berbicara kepada konsumen dan mampu memahami keinginannya.³³

d. Etika Pelayanan

Etika pelayanan untuk berbagai acara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lain. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Misalnya, konsumen tersinggung dengan cara karyawan bertanya atau gerak gerik karyawan kurang jelas dari cara berbicara atau berpenampilan. Oleh karena itu, etiket pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap dan perilaku, artinya sikap dan perilaku sehari-hari yang ditunjukkan pada saat berhubungan dengan konsumen. Konsumen sering kali memperhatikan sikap dan perilaku ini terutama sikap yang mau menolong dan peduli terhadap kebutuhan konsumen.

³³ Ibid., hlm. 18-38.

- 2) Penampilan, artinya penampilan yang harus dijaga selama jam kerja secara prima dan terlihat senang dan gembira.
- 3) Cara berpakaian, artinya pakaian yang digunakan tidak terkesan berlebihan.
- 4) Cara berbicara, artinya berbicara kepada konsumen harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.
- 5) Gerak-gerik, artinya gerak-gerik yang di perhatikan di depan konsumen yang meliputi mimik wajah, pandangan mata, dan pergerakan tangan badan atau kaki.

e. Larangan Dalam Etika Pelayanan

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan, jika ditetapkan menggunakan pakaian seragam maka harus menggunakan pakaian seragam pada hari yang ditentukan. Jika tidak menggunakan pakaian seragam maka sebaiknya menggunakan pakaian dengan warna yang tidak terlalu menyala serta tidak menggunakan aksesoris yang berlebihan
- 2) Dilarang melayani konsumen sambil makan, karyawan dilarang melayani konsumen sambil makan, minum, merokok, mengunyah sesuatu seperti permen karet karena konsentrasi dalam melayani konsumen akan berkurang serta membuat pembicaraan dengan konsumen menjadi kurang jelas.

- 3) Dilarang melayani konsumen sambil mengobrol atau bercanda, karena kemungkinan konsumen akan tersinggung karena dianggap tidak serius dalam pekerjaannya.³⁴

f. Dimensi Kualitas Pelayanan

Berikut ini merupakan lima dimensi kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.³⁵

1) *Tangibles* (bukti fisik)

Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.³⁶

2) *Reability* (kehandalan)

Kehandalan yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayan

³⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 153.

³⁵ M.N Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 57.

³⁶ Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*(Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm.198.

berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Profesionalitas inilah yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

4) *Assurance* (jaminan)

Jaminan berkenaan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan menciptakan rasa aman bagi konsumennya.³⁷

Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap menghargai, sopan, santun dan lemah lembut, maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai konsumen kepada perusahaan. Jaminan ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap perusahaan.

5) *Empathy* (empati)

Empati berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian individu kepada konsumen. Kemauan

³⁷ Ibid., hlm. 199.

ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya yang berkenaan dengan pelayanan.

g. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam telah mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas dan jangan memberikan yang buruk kepada orang lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³⁸ Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي

³⁸ Malayu S.P Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

الْأَمْرَ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat tersebut, telah dijelaskan bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan. Allah telah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum, kini tuntutan diarahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Dalam memberikan pelayanan haruslah bersikap lemah lembut terhadap konsumen agar konsumen merasa puas. Jika memberikan pelayanan dengan berlaku keras dan berhati kasar akan menimbulkan ketidaknyamanan, rasa takut, dan tidak percaya bagi konsumen dan akan berpaling ke perusahaan yang lain.³⁹

³⁹ M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309.

h. Kualitas Pelayanan dalam Ekonomi Islam

Menjual jasa atau layanan kepada orang lain diperbolehkan dalam ajaran islam. Sama halnya dengan penjualan barang dan komoditas, penjualan jasa diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupannya. Sebagai makhluk sosial (zoon politicon) dan makhluk ekonomi (home economicus), manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain.⁴⁰

Dalam pandangan islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya harus baik segala sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah :

- a. Sopan santun
- b. Berpengetahuan
- c. Berusaha⁴¹

Pemberian jasa (layanan dalam aspek ekonomi islam):

- a. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, dan memenuhi pesanan pelanggan, dan untuk menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- b. Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian produk atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

⁴⁰ Idri, Hadis Ekonomi, (Jakarta: Kencana, 2015) Cet.1, h. 218.

⁴¹ Sopiah, Manajemen Bisnis Ritel (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 252.

- c. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan.
- d. Penyampaian produk dan jasa yang dipesan pelanggan secara tepat waktu dan akurat dengan tindak lanjut dan tanggapan keterangan yang akurat, termasuk pengiriman tagihan tepat waktu.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan analisis kepuasan konsumen Kantor Pos Sosopan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda. Untuk memperkuat penelitian ini maka peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu dan dapat dijelaskan berdasarkan tabel berikut:

Gambar II. 1 Peneletian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Raudatunnur Lubis (Skripsi Ekonomi Syariah, 2016, IAIN Padang sidimpuan).	Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Natama Padangsidimpuan.	Hasil Penelitian IPA menunjukkan 11 atribut yang berada pada kuadran kedua yang mana pada kuadran ini memiliki kinerja yang sangat baik sedangkan nilai CSI pada hotel natama padangsidimpuan adalah sebesar 0,7228 atau 72,28%.
2.	I A Manik Iswari (Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 2017, Unud,	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa dengan menggunakan	Hasil analisis IPA berdasarkan penelitian menunjukkan secara keseluruhan tingkat

	Denpasar)	Metode Importance Analyis (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyungan Denpasar).	kepuasam pelanggan belum tercapai karena kinerja restoran dengan skor 3,9 belum sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor 4,2.
3.	Rodame Monitorir Napitupulu, Winda Hartina Harahap & Ikhwanuddin Harahap, (Jurnal At-Tijaroh, Institut Agama Islam Negeri Padang Sidimpuan 20018).	Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang LawasUtara.	Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rawat inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara.
4.	Muhammad Isa (Jurnal At-Tijaroh, Institut Agama Islam Negeri Padang SidimpuaN, 2019).	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar (Potensi) Panyabungan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa,ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa BIMBEL.
5.	M Isa, H.Aswadi Lubis, M Chaniago Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah) 2019, IAIN Padang Sidempuan.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga.	Dari penelitian ini peneliti mengetahui bahwa Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang di PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. Kontibusi Service Quality terhadap kepuasan penumpang sebesar 62,4% dan 37,6% dijelaskan oleh variabel lain. Persamaan regresinya adalah kepuasan penumpang = 3,541 + 1,176 (Kualitas Pelayanan).

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudara Raudatunnur Lubis adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA. Perbedaannya adalah penelitian ini tidak menggunakan metode CSI sedangkan Raudatunnur Lubis menggunakan metode CSI.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudara I A Manik Iswari adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA dan perbedaannya adalah I A Manik Iswari menggunakan teknik analisis kualitatif dan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini tidak.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rawat inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa,ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa BIMBEL.
5. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 69 penumpang dan pengolahan data dengan Software SPSS.

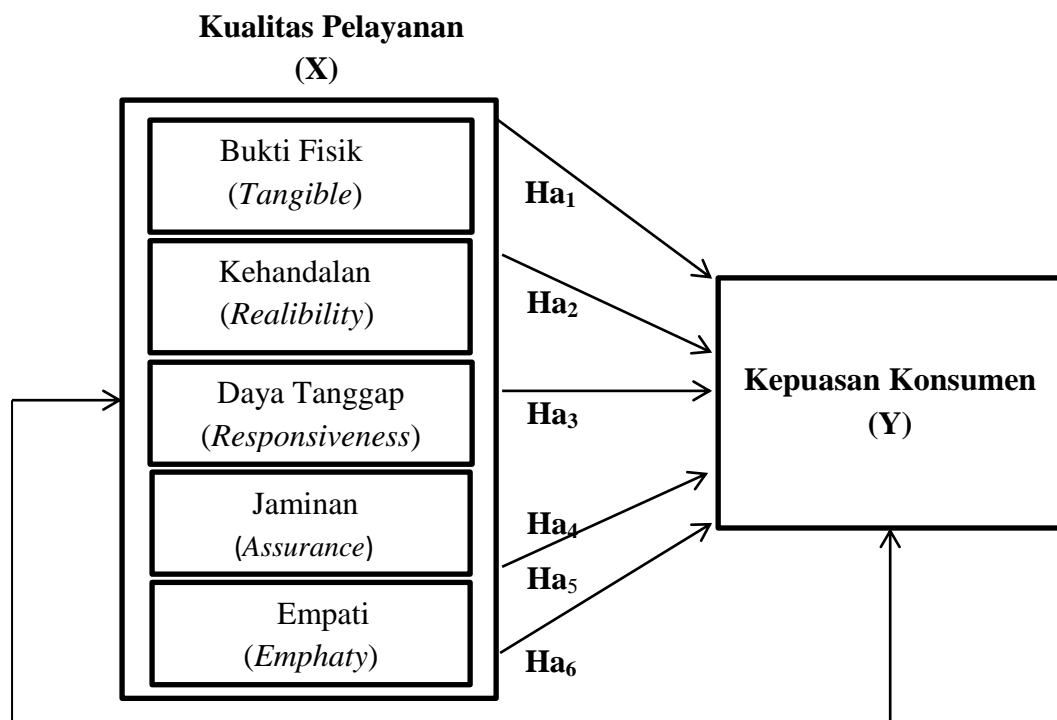
C. Kerangka Pikir.

Tingkat kepentingan adalah harapan konsumen yang terbentuk sebelum membeli suatu barang atau jasa terhadap kinerja atau Performance Kantor Pos Sosopan. Sedangkan tingkat kinerja atau

Perormance adalah kenyataan atau pengalaman yang diterima oleh konsumen atas pelayanan Kantor Pos Sosopan.

Pengukuran kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan dengan metode *Importance Performance Analisis* (IPA). Analisis ini bermanfaat untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan menurut persepsi pelanggan serta mengetahui atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendorong upaya perbaikan dan dan peningkatan kualitas pelayanan oleh Kantor Pos Sosopan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Gambar II. 2 Kerangka Pikir



Kepuasan konsumen banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terdiri dari

5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*) jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan *reability* (kehandalan) terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas yang terletak di Jl. Merdeka, Kel. Pasar Sosopan, Kec. Sosopan, Sosopan Julu, Kabupaten Padang Lawas, Sumatra Utara Kode Pos 22762 dan Penelitian dilaksanakan pada Januari 2022 sampai Oktober 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dimulai dengan kegiatan menjajaki permasalahan yang akan menjadi pusat perhatian peneliti. Kemudian peneliti mendefenisi serta memformulasikan masalah penelitian dengan jelas, mendesain model penelitian, menghimpun data, menganalisis hasil penelitian dengan statistik dan mendesain hasil penelitian.⁴²

Penelitian kuantitatif bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan dan dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi suatu variabel mempengaruhi variabel lain.⁴³

⁴² M. Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Jakarta : Kencana, 2005), hlm.50.

⁴³ Asmadi Alsa, Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004), hlm. 13.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen Kantor Pos Sosopan yang berjumlah 525 orang.⁴⁴

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴⁵

Sampel penelitian ini diambil dari sebagian dari populasi yang ditentukan yaitu sebagian dari konsumen Kantor Pos. Metode yang digunakan untuk menghitung besarnya jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus besaran sampel berikut ini:⁴⁶

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

d : nilai presisi (nilai signifikansi 10%)

$$n = \frac{525}{(525 \times 0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{525}{6,25}$$

⁴⁴ Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hlm. 161.

⁴⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 119.

⁴⁶ Burhan Bugin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 105.

$$n = 84$$

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel sebanyak 84 sampel dari 525 populasi. Sampel inilah yang akan diambil dari konsumen Kantor Pos Sosopan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* adalah prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.⁴⁷ Sampel diambil berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel.

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴⁸ Data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara dengan konsumen Kantor Pos Sosopan.
2. Data sekunder merupakan data yang telah tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau

⁴⁷ Op.Cit., hlm. 174.

⁴⁸ Sugiyono, Metode penelitian manajemen (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 148.

perusahaan seperti jurnal dan buku.⁴⁹ Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah data Konsumen Kantor Pos.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data ialah alat bantu yang di pilih dan digunakan peneliti dalam kegiatannya agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dipermudah olehnya. Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data. Instrument yang baik dalam suatu penelitian sangat penting, sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti mengambil data berdasarkan:

1. Angket (Kuesioner)

Angket adalah pertanyaan yang diberikan kepada orang lain (responden) dengan maksud agar orang yang diberi pertanyaan tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.⁵⁰ Pertanyaan dalam angket dibagi menjadi tiga yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka dan kuesioner campuran. Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu responden tidak mempunyai kesempatan lain dalam memberikan jawabannya selain jawaban yang telah disediakan di daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut dan responden tinggal memilih dari jawaban-jawaban tersebut.⁵¹

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan 15

⁴⁹ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 30.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 2003), hlm.102.

⁵¹ P Joko Sbagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm. 57.

angket kepada konsumen Kantor Pos dengan angket yang menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert dalam penelitian ini menggunakan alternative jawaban sebagai berikut:

Tabel III.1
Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Angket/Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor	Kategori Jawaban
A	5	Sangat Penting (SP)
B	4	Penting (P)
C	3	Kurang Penting (KP)
D	2	Tidak Penting (TP)
E	1	Sangat Tidak Penting (STP)

Adapun atribut yang berupa pernyataan mengenai tingkat kepentingan atau harapan konsumen dan tingkat kinerja atau kenyataan yang diterima konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)

Dimensi	Atribut	Nomor Soal
Kesesuaian Harapan Konsumen	a. Konsumen berharap karyawan memberikan pelayanan yang sesuai b. Konsumen berhak memberikan komplain c. Karyawan dan konsumen saling berpartisipasi d. Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	1, 2, 3 dan 4
Minat Berkunjung Kembali	e. Konsumen akan berkunjung kembali jika pelayanan yang diberikan	5, 6, 7 dan 8

	<p>karyawan baik</p> <p>f. Cepat merespon karyawan yang datang</p> <p>g. Dalam memberikan informasi karyawan harus bisa membuat konsumen paham dan tanggap akan penjelasan dari karyawan</p> <p>h. Adanya skill tersendiri dari karyawan Kantor Pos dalam melayani konsumen</p>	
Kesediaan Merekomendasikan	<p>i. Konsumen akan merekomendasikan Kantor Pos jika pelayanan yang diberikan puas</p> <p>j. Konsumen tidak akan berpindah ke kantor lain jika pelayanan yang diberikan bagus</p> <p>k. Proses pelayanan dan pengiriman barang cepat</p>	9, 10 dan 11
Tingkat Kualitas Pelayan	<p>l. Penampilan karyawan rapi dan menarik</p> <p>m. Kantor pelayanan memiliki ruang tunggu yang mencukupi</p> <p>n. Karyawan siap merespon permintaan konsumen</p>	12, 13 dan 14

Tabel III. 2
Kisi-kisi Angket Tingkat Kualitas Pelayanan (X)

Dimensi	Atribut	Nomor Soal
Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	<p>a. Kondisi ruangan dan fasilitas pendukung (mushola, parkir dan toilet) sangat baik</p> <p>b. Karyawan berpenampilan rapi dan profesional</p> <p>c. Peralatan dan perlengkapan (sarana dan prasarana) di kantor pos sangat lengkap</p> <p>d. Kantor Pos Sosopan terjaga kebersihan dan kenyamanannya</p>	1, 2, 3 dan 4

Kehandalan (<i>reliability</i>)	e. Karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi konsumen f. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	5 dan 6
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	g. Karyawan memberikan informasi tentang kepastian barang sampai kepada penerima h. Karyawan siap merespon permintaan konsumen i. Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah	7, 8 dan 9
Jaminan (<i>assurance</i>)	j. Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen k. Kantor Pos Sosopan menjamin keamanan transaksi dan penyampaian barang kepada penerima	11 dan 10
Perhatian (<i>emphaty</i>)	l. Karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian m. Waktu operasional yang nyaman dan memudahkan konsumen n. Kantor Pos Sosopan bersedia menerima kritik dan saran	12, 13 dan 14

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang di ukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun itu valid atau shahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap

butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.⁵² Dengan demikian, syarat instrumen dikatakan memiliki validitas apabila sudah dibuktikan melalui pengalaman yaitu melalui uji coba. Pengujian menggunakan software SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*) dengan taraf signifikansi 0,1 kriteria pengujian adalah sebagai berikut :⁵³

- b. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- c. Jika r hitung $\leq r$ tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.⁵⁴ Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan mengetahui konsistensi dari instrumen alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0.60 . Menurut Sekaran

⁵² Suharsimi Arikunto, Op.Cit., hlm 130.

⁵³ Duwi Priyatno, Mandiri Belajar SPSS (Yogyakarta : Mediakom, 2008), hlm. 16.

⁵⁴ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan) (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan di atas 0.8 adalah baik.⁵⁵

G. Teknik Analisis Data

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James (1997) dalam artikel mereka "*importance-Performance analysis*". Analisis ini digunakan untuk menutupi kekurangan yang ada pada SERVQUAL.⁵⁶ Analisis ini mengaitkan antara tingkat kepentingan (*importance*) suatu atribut yang dimiliki subjek tertentu dengan kenyataan (*performance*) yang dirasakan oleh pengguna. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk meningkatkan tingkat kepuasan seseorang atas tingkat kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut di ukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan pihak perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya.

Pada teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut di *analisis matrix*. Metode IPA dapat menghasilkan sebuah rekomendasi perbaikan yang presisi pada manajerial. Kesederhanaan metode IPA ditunjukkan pada hasil analisis atribut penelitian yang digambarkan dalam diagram kartesius dua dimensi yang mudah dipahami. Pengelompokan atribut pada empat kuadran didasarkan

⁵⁵ Duwi Priyatno, Spss 23 : *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014), hlm. 66.

⁵⁶ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: Pt.Indeks, 2011), hlm. 134.

pada nilai rata-rata setiap atribut pada dimensi pengukuran performance dan importance. Langkah pertama untuk menganalisis IPA adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:⁵⁷

$$Tki = \frac{x1}{y1} \times 100\%$$

Dimana:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja Kantor Pos

Yi = Skor Nilai Tingkat Kepentingan Konsumen

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum Nt=1 xi}{k}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum Nt=1 yi}{k}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata kepentingan

n = jumlah sampel

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut

k = Jumlah atribut

Setelah melakukan perhitungan dengan rumus tersebut, maka poltkan kedalam diagram karteus.

⁵⁷ M.Nur Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004). Hlm. 125.

Gambar III.
Diagram Kartesius

Kepuasan (Y)

Sangat penting dan tidak Puas Prioritas utama A	Sangat penting dan sangat puas pertahankan prestasi B
Kurang penting dan Kurang puas Prioritas rendah C	kurang penting dan sangat puas berlebihan D

Pelayanan (X)

Diagram karteus adalah suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak pada titik X, Y, dimana X skor penilaian kinerja sedangkan Y penilaian tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

- a. Kuadran A menunjukkan, bahwa unsur-unsur yang sangat penting bagi konsumen, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas.
- b. Kuadran B menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen maka kewajiban perusahaan untuk mempertahankan kinerjanya.

- c. Kuadran C menunjukkan, bahwa memang unsur-unsur yang memang kurang dianggap penting oleh konsumen dimana seharusnya perusahaan menjalakkannya secara sedang saja.
- d. Kuadran D menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan atau sangat memuaskan. Hal ini, dianggap berlebihan.⁵⁸

⁵⁸Supranto, Proposal Penelitian dengan Contoh (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), hlm, 82.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT Pos Indonesia (PERSERO) Sosopan

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imboff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.⁵⁹

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari jawaban PTT (*Post, Telegraph dan Telephone*). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang kepala jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan public. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan

⁵⁹ www. Posindonesia. Co id. "Sejarah Pos Indonesia" (www. Posindonesia.co.id/index.php./sejarah-pos), diakses tanggal 03 Januari 2018.

zaman dimana sector pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia Persero.

PT Pos Indonesia (Persero) saat ini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang pelayanan pos Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100% kota/kabupaten, hampir 100% kecamatan dan 24% kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring pos Indonesia sudah memiliki 3,700 kantor pos online, serta dilengkapi *elektronik mobile* pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem kode pos diciptakan untuk mempermudah *processing* kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.⁶⁰

PT Pos Indonesia (Persero) memiliki 3,700 kantor pos online yang tersebar di Indonesia, salah satu kantor pos cabangnya adalah Kantor Pos

⁶⁰ Syahputra, Dimas Hamzah Nurasyid dan Suryono, Bambang. 2014 "Analisis Kinerja Pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Kantor Area VII Surabaya)". Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. STIESIA Surabaya vol 3. No. 12.

Sosopan yang beralamatkan di Jl. Merdeka, Kel. Pasar Sosopan, Kec.Sosopan, Sosopan Julu, Padang Lawas, Kabupaten Padang Lawas, Sumatra Utara 22762, Indonesia. Kantor pos sosopan memiliki pelayanan dengan jam kerja hari senin-jumat pukul 08.00 – 16.00 dan hari sabtu 08.00 – 13.00. Rentang jam kerja yang cukup panjang ini diharapkan mampu memberikan pelayanan yang maksimal.

2. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Sosopan

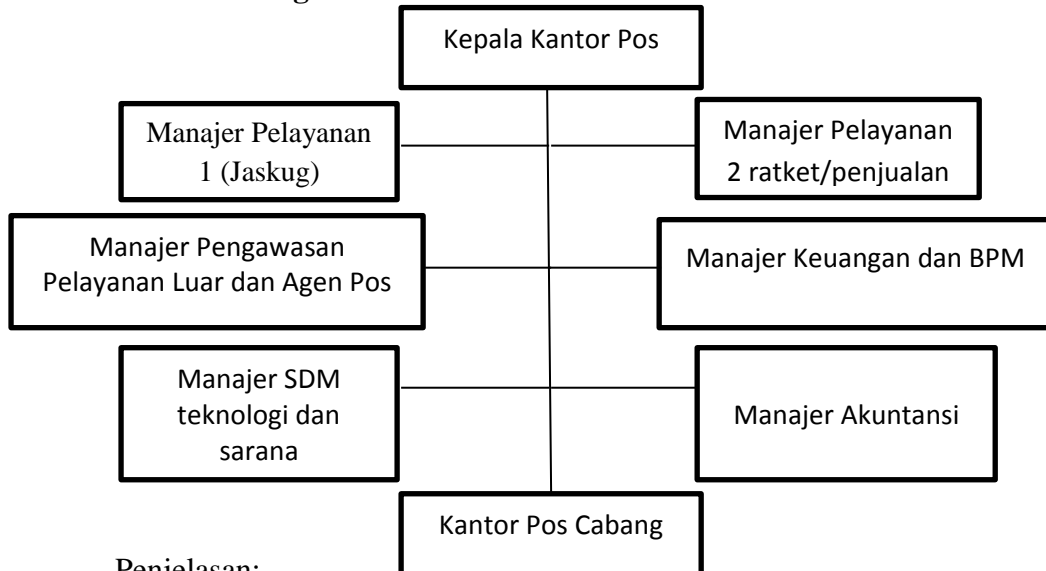
Visi adalah apa yang perusahaan atau organisasi inginkan dimasa depan. Yaitu menjadi raksasa logistic pos dari timur (*To Be Postal Logistic Giant From The East*).⁶¹

Sedangkan misi dijelaskan pertanyaan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan atau organisasi dalam usahanya mewujudkan visi. Adapun visi dari PT. Pos sebagai berikut :

- a. Menjadi asset yang berguna bangsa dan Negara
- b. Menjadi pilihan terbaik bagi para konsumen
- c. Senantiasa berjuang untuk memberi yang lebih baik bagi bangsa, Negara, konsumen, karyawan, masyarakat serta pemegang saham.

⁶¹ Pos Indonesia visi dan misi, diakses tanggal 23 februari 2019. [www. Posindonesia.co.id](http://www.Posindonesia.co.id)

3. Struktur Organisasi



Penjelasan:

1. Kepala Kantor Pos
 - a. secara keseluruhan Kantor Pos dipimpin oleh Kepala Kantor Pos yang bertanggung jawab kepada kepala Regional.
 - b. Kepala Kantor Pos mempunyai fungsi mencapai target pendapatan dan laba yang ditetapkan serta mengendalikan biaya sesuai besaran lokasi yang diterima, mengendalikan jumlah konsumen korporat, mitra, dan outlet kemitraan, mutu layanan dan operasi, dan billing & collections Kantor Pos melalui kegiatan pemasaran, penjualan, penagihan, dan pelayanan konsumne, pemanfaatan sumber daya pada Kantor Pos, dan pengendalian kinerja seluruh Kantor Pos Cabang yang berada dalam lingkup Kantor Pos yang menjadi tanggung jawabnya.
 - c. Kepala Kantor Pos mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Merumuskan dan mengkoordinir penyusunan RKA Kantor Pos dan sasaran mutu operasi untuk diusulkan kepada Regional.
 - b. Mendapatkan target pendapatan dan laba serta lokasi anggaran biaya dan mengevaluasi pelaksanaannya serta mengevaluasi pencapaian target pendapatan, laba Kantor Pos dan Kantor Pos Cabang.
 - c. Mengajukan usulan pengembangan kapasitas outlet yang berada dalam lingkup tanggung jawabnya untuk disampaikan kepada Regional.
 - d. Memastikan pelaksanaan seluruh ketentuan atau peraturan yang telah ditetapkan Kantor Pos Pusat dan Regional berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan yang ditetapkan.
2. Manajer Pelayanan (manajer pelayanan jaskug dan manajer pelayanan ratket).⁶²
- a. Manajer Pelayanan bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Pos
 - b. Tugas pokok Manajer Pelayanan adalah melaksanakan dan mengendalikan pengelolaan layanan loket surat dan paket, jasa keuangan (*pospay*, *wesel* pos dan jasa keuangan lainnya). *Postmar* dan *e'commerce* serta penjualan prangko, benda pos, filateli dan materai serta benda pihak ketiga lainnya, pengelolaan

⁶² Lovelock, Cristoper, 2002. *Service Marketing and Management*. Edisi 2. Prentice Hall: New York.

operasional dan layanan giro, dan penyaluran dana untuk mencapai sasaran pendapatan, likuiditas perusahaan dan mutu serta kepuasan konsumen, dan melaksanakan serta mengendalikan pelaksanaan pekerjaan pelayanan konsumen yang meliputi: penanganan keluhan konsumen, informasi konsumen, dan solusi konsumen sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan perusahaan serta mengelola dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan penjualan surat, paket dan jasa keuangan dan mengelola, melaksanakan serta mengendalikan administrasi penjualan, pengelohan puitang pendapatan di Kantor Pos dan *account executive*.

- c. Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Manajer Pelayanan melakukan aktivitas utama:
- 1) Membuat uraian tugas (*job description*) dibagiannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebagai pedoman kerja.
 - 2) Memastikan bahwa pelaksanaan pekerjaan layanan di loket sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan untuk menjamin kelancaran operasional dan pelayanan di loket sehingga tercipta pelayanan yang memuaskan bagi konsumen untuk mencapai sasaran perusahaan.
 - 3) Melayani proses pembukaan dan penutupan rekening giro pos dengan aplikasi giro pos *on line*, proses penarikan kembali rekening giro pos, dan pembayaran cek pos serta melakukan

proses pemindahan buku dengan buku rekening giro pos, dan bilyet giro pos sesuai dengan SOP yang ditetapkan perusahaan.

- 4) Mengorganisasikan dan mengendalikan pelaksanaan pekerjaan terkait dengan pengelolaan *postmart* serta *e'commerce* dan mengatur penjualan benda *postmart* di Kantorpos.

3. Manajer Proses, Transportasi dan Antaran

- a. Manajer Proses, Transportasi dan Antaran bertanggung jawab kepada Kepala Kantorpos.

- b. Tugas pokok Manajer Proses dan Transportasi adalah

- 1) Melaksanakan dan mengawasi pemrosesan penerima dan pengiriman kiriman pos.

- 2) Melaksanakan dan mengawasi penerimaan, pendistribusian, dan pengangkutan kantung kiriman pos agar mencapai standar mutu yang ditetapkan perusahaan.

- 3) Melaksanakan dan mengawasi pelaksanaan proses pra-antaran dan pasca-antaran kiriman pos (surat dan paket), agar mencapai standar mutu yang ditetapkan perusahaan.

4. Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar

- a. Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar bertanggung jawab kepada Kepala Kantorpos.

- b. Tugas Pokok Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar adalah melaksanakan mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang

dilakukan oleh Kantor Pos Cabang, MPS/PKD. Loker Ekstensi. CPM, Unit pelayananlainnya.

- c. Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar melakukan aktivitas utama:
 1. Menyusun dan melaksanakan program kerja dibagiannya.
 2. Membuat uraian tugas (job description) dibagiannya sesuai dengan pengawasan pelayanan luar di Kantorpos.
 3. Mengkoordinir dan mengatur pelaksanaan proses pekerjaan di bagian pengawasan pelayanan luar di Kantorpos
 4. Memastikan dan mengendalikan pelaksanaan pekerjaan pelayanan luar sesuai dengan ketentuan perusahaan.
5. Manajer SDM, Teknologi dan Sarana
 - a. Manajer SDM, teknologi dan Sarana mempunyai fungsi mengorganisasikan dan mengendalikan pelaksanaan pekerjaan sumber Daya Manusia, Teknologi, Sarana (kendaraan, gedung, peralatan kantor, software, jaringan IT, computer dan pendukung lainnya).
 - b. Manajer SDM, Teknologi dan sarana bertanggung jawab kepada kepala Kantorpos.
 - c. Untuk melaksanakan fungsi, Manajer SDm, Teknologi dan Sarana mempunyai tugas dan tanggung jawab:
 - 1) Menyusun dan melaksanakan program kerja dan anggaran di bagiannya.

- 2) Membuat uraian tugas (*job description*) dibagiannya sesuai dengan kebutuhan yang berlaku sebagai pedoman kerja.
- 3) Memastikan dan mengendalikan pelaksanaan proses pekerjaan pengelolaan Sumber Daya Manusia, Teknologi dan Sarana dengan ketentuan yang telah ditetapkan perusahaan.⁶³

6. Manajer Keuangan dan BPM

- a. Manajer Keuangan dan BPM, bertanggung jawab kepada Kepala Kantorpos.
- b. Manajer Keuangan dan BPM mempunyai fungsi melaksanakan dan mengendalikan pengelolaan keuangan dan benda pos, prangko, benda filateli, benda materai, dan benda pihak ketiga lainnya.
- c. Untuk tugas Manajer Keuangan dan BPM mempunyai tugas dan tanggung jawab:
 1. Melaksanakan dan menyusun program kerja di bagiannya.
 2. Membuat uraian tugas (*job description*) dibagiannya sesuai dengan kebutuhan yang berlaku sebagai pedoman kerja.
 3. Mengkoordinir dan mengatur pelaksanaan proses pekerjaan dibagian keuangan dan BPM di Kantorpos.
 4. Melaksanakan fungsi *treasury* dan mengawasi pelaksanaan pekerjaan kasir

⁶³ Lubis,K. Suhwardi. 2014, Etika Profesi Hukum, Edisi Keenam, Sinar Grafika : Jakarta.

5. Melakukan pencocokan pencatatan transaksi keuangan dengan neraca atau dokumen sumber terkait serta fisik uangnya.
7. Kepala Kantor Pos Cabang
 1. Kepala kantor Pos Cabang bertanggung jawab kepada kepala Kantorpos pemeriksa.
 2. Tugas pokok kepala cabang adalah melakukan transaksi pelayanan jasa surat, paket, jasa keuangan dan keagenan, giro dan penyaluran dana, pembayaran pension, proses penutupan pos, dan antaran pos serta kegiatan pendukung dan administrasi lainnya sebagai infrastruktur bisnis, dan operasi dari Kantorpos pemeriksa untuk mencapai pendapatan dan mutu operasi keuangan.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas dan reabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pernyataan atau atribut mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak di ukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} .

2. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Kepuasan (Y)

NO	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	keteran gan
1	Kesesuaian Harapan Konsumen	Item 1	0,267	Instrum en valid jika r hitung > r tabel n = 84-2= 82 pada taraf signifika nsi 10% sehingg a diperole h r tabel 0,1807	Valid
		Item 2	0,557		Valid
		Item 3	0,579		Valid
		Item 4	0,539		Valid
2	Minat Berkunjung Kembali	Item 5	0,423		Valid
		Item 6	0,411		Valid
		Item 7	0,338		Valid
		Item 8	0,329		Valid
3	Kesedian Merekomendasikan	Item 9	0,228		Valid
		Item 10	0,387		Valid
		Item 11	0,269		Valid
4	Tingkat Kualitas Pelayanan	Item 12	0,418		Valid
		Item 13	0,312		Valid
		Item 14	0,410		Valid

Sumber : data di olah SPSS versi 23

Pada tabel IV.1 di atas terdapat nilai korelasi antar skor item dengan skor total pada *corrected item total correlation* yang telah disajikan dalam kolom r_{hitung} . Nilai kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dicari pada taraf signifikansi 0,1 dengan jumlah $n = 84 - 2 = 82$, maka $r_{tabel} = 0,1807$ (dilihat pada lampiran tabel *produk moment*) dan untuk setiap item nilainya lebih besar dari 0,1807 dan item-item tersebut dinyatakan valid.

3. Hasil Uji Validitas Tingkat Pelayanan

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Pelayanan (X)

NO	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	keterang an
1	<i>Tangibles</i>	Item 1	0,262	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 84 - 2 = 82$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1807$	Valid
		Item 2	0,372		Valid
		Item 3	0,285		Valid
		Item 4	0,304		Valid
2	<i>Reliability</i>	Item 5	0,504		Valid
		Item 6	0,275		Valid
3	<i>Responsiveness</i>	Item 7	0,478		Valid
		Item 8	0,289		Valid
		Item 9	0,267		Valid
4	<i>Assurance</i>	Item 10	0,274		Valid
		Item 11	0,383		Valid
5	<i>Emphaty</i>	Item 12	0,261		Valid
		Item 13	0,361		Valid
		Item 14	0,319		Valid

Sumber : data di olah SPSS versi 23

Pada tabel IV.1 di atas terdapat nilai korelasi antar skor item dengan skor total pada *corrected item total correlation* yang telah disajikan dalam kolom r_{hitung} . Nilai kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dicari pada taraf signifikansi 0,1 dengan jumlah $n = 84 - 2 = 82$, maka $r_{tabel} = 0,1807$ (dilihat pada lampiran tabel *produk moment*) dan untuk setiap item nilainya lebih besar dari 0,1807 dan item-item tersebut dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reabilitas

Pengukuran reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23, dengan uji statistic *cronbach's alpha* $> 0,60$.

e. Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kepuasan

Tabel IV.3
Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,667	14

Sumber : data diolah SPSS versi 23

Berdasarkan tabel Reability Statistisc tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel tingkat kepuasan dinyatakan reliabel, karna nilai crocbach's alpha > 0.60 ($0,667 > 0,60$).

f. Hasil Uji Reabilitas Tingkat Pelayanan

Tabel IV.4
Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,630	14

Sumber : data diolah SPSS versi 23

Berdasarkan tabel Reability Statistisc tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel tingkat kepuasan dinyatakan reliabel, karna nilai crocbach's alpha > 0.60 ($0,630 > 0,60$).

2. Hasil Analisi Data

a. Importance Performance Analysis

Untuk mengetahui hasil dari mengukur tingkat kepuasan dan tingkat pelayanan perusahaan yang diharapkan konsumen, langkah pertama untuk menganalisis IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah menghitung rata-rata penilaian tingkat kepuasan dan tingkat pelayanan untuk setiap atribut atau indicator per item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TKi = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Tabel IV.5
Jumlah Nilai Rata-rata Kepuasan dan Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Nilai Atribut Kepuasan (X)	Rata-rata	Nilai Atribut Pelayanan (Y)	Rata-rata	Tingkat Kesesuaian
1	Item 1	402	4,78	396	4,71	101,5%
2	Item 2	390	4,64	393	4,67	99,23%
3	Item 3	397	4,72	389	4,63	102,0%
4	Item 4	397	4,72	398	4,73	99,74%
5	Item 5	395	4,70	393	4,67	100,5%
6	Item 6	383	4,55	383	4,56	100%
7	Item 7	387	4,60	383	4,56	101,4%
8	Item 8	389	4,63	403	4,79	96,52%
9	Item 9	389	4,63	395	4,70	98,48%
10	Item 10	399	4,75	391	4,65	102,0%
11	Item 11	390	4,64	388	4,61	100,5%
12	Item 12	400	4,76	403	4,79	99,25%
13	Item 13	401	4,77	396	4,71	101,2%
14	Item 14	404	4,80	402	4,78	100,4%

Sumber : hasil angket/kuesioner

Berdasarkan tabel IV.5 di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Kantor Pos Sosopan dengan skor rata-rata

tertinggi terdapat pada item pertanyaan nomor 14 yaitu karyawan siap merespon permintaan konsumen dengan nilai 4,80 nilai ini berada di atas rata-rata tingkat kinerja dengan nilai 4,04. Sedangkan item pertanyaan yang memiliki skor rata-rata terendah terdapat pada pertanyaan cepat merespon karyawan yang datang dengan nilai 383 dan nilai ini berada dibawah rata-rata tingkat kinerja

Adapun tingkat kepentingan konsumen Kantor Pos Sosopan dengan skor tertinggi terdapat pada item pertanyaan karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian dengan nilai 4,79, nilai ini berada di atas rata-rata tingkat kepentingan dengan nilai 4,03. Sedangkan item pertanyaan yang memiliki skor rata-rata terendah terdapat pada pertanyaan ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan nilai 4,56 dan nilai ini berada dibawah rata-rata tingkat kepentingan.

Selanjutnya untuk mengetahui secara jelas penempatan item-item pertanyaan yang telah di analisis, maka keseluruhan pertanyaan akan dikelompokkan ke dalam empat kuadran dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius nantinya dapat mengaitkan atribut-atribut pelayanan/kepentingan dengan kepuasan kinerja yang dirasakan oleh konsumen. Untuk mencari titik potong diagram tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini

$$X = \frac{\sum xi}{n} = \frac{5523}{84} = 65,75$$

$$Y = \frac{\sum yi}{n} = \frac{5513}{84} = 65,63$$

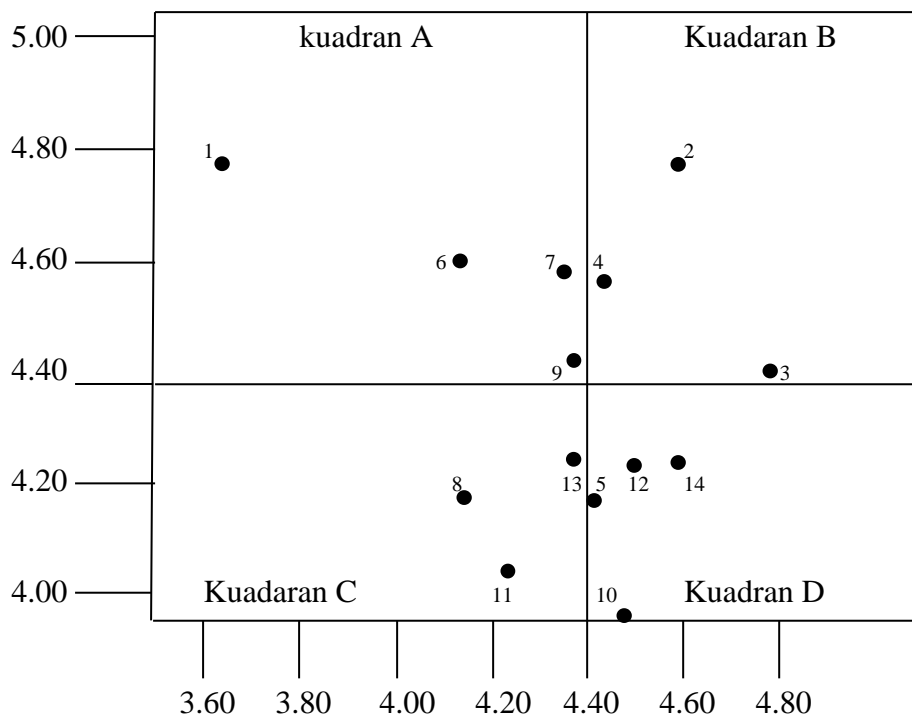
$$X = \frac{\sum Nt=1xi}{k} = \frac{65,75}{14} = 4,69$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^k N_i y_i}{k} = \frac{65,63}{14} = 4,68$$

Setelah melakukan perhitungan dengan rumus tersebut, maka plotkan ke dalam diagram kartesius sebagai berikut.

Gambar IV.6
Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan Kepuasan dan Kinerja Pelayanan

Kepuasan Konsumen (Y) = 4,69



Kualitas Pelayanan (X) = 4,68

Berdasarkan gambar IV.2 di atas, menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dinilai berada pada semua kuadran yakni kuadran A (prioritas utama), kuadran B (pertahankan prestasi), kuadran C (prioritas rendah), kuadran D (berlebihan).

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A merupakan kuadran yang menunjukkan bahwa atribut pelayanan penting namun kinerja masih kurang sehingga pada kuadran ini disebut kuadran prioritas utama. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran A adalah:

- a. Kondisi ruangan dan fasilitas pendukung (mushola, parkir dan toilet sangat nyaman (item1)

Kantor Pos Sosopan sebaiknya tetap menjaga keamanan, kenyamanan ruangan dan fasilitas lainnya seperti lahan parkir untuk memudahkan konsumen yang membawa kendaraan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja Kantor Pos dan kepuasan konsumen

- b. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan (item 6)

Karyawan Kantor Pos seharusnya menepati janji untuk waktu pelayanan terhadap konsumen agar konsumen tidak kecewa.

- c. Karyawan siap merespon permintaan konsumen (item 7)

Karyawan seharusnya bisa menangani permintaan konsumen agar konsumen tidak kecewa atas pelayanan karyawan kantor pos guna untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan konsumen.

- d. Kantor Pos Sosopan menjamin keamanan transaksi dan penyampaian barang kepada penerima (item 9)

Kantor Pos sebaiknya menjaga kepercayaan yang telah diberikan konsumen agar sesuai dengan yang dimaksud konsumen tersebut.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B menunjukkan bahwa tingkat kepentingan kepuasan dan tingkat kinerja pelayanan yang tinggi, sehingga pada kuadran ini disebut dengan kuadran pertahankan prestasi sesuai dengan strategi yang disiapkan oleh kantor pos. item-item pertanyaan yang termasuk kedalam kuadran ini adalah:

a. Karyawan berpenampilan rapi dan professional (item 2)

Untuk tetap meningkatkan kepuasan konsumen karyawan kantor pos tetap berpenampilan rapi dan professional agar konsumen tetap puas dalam melakukan transaksi

b. Peralatan (perlengkapan sarana dan prasarana) di kantor pos sangat lengkap (item 3)

Perlengkapan sarana prasarana contohnya kursi untuk menunggu supaya di jaga agar konsumen merasa nyaman jika antri menunggu.

c. Kantor Pos terjaga kebersihan dan keamanannya (item 4)

Karyawan kantor pos tetap menjaga kebersihan dan kenyamanan luar dan dalam kantor agar konsumen lebih nyaman

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C menunjukkan wilayah yang memuat aitem-item pertanyaan yang dianggap kurang penting yang pada

kenyataannya bisa saja dan tidak terlalu istimewa. Item-item pertanyaan yang termasuk kedalam kuadran ini adalah:

- a. Proses pelayanan pengiriman barang cepat (item 8)
- b. Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen (item 11)
- c. Waktu operasional yang nyaman dan memudahkan konsumen (13)

4. Kuadran D (berlebihan)

Atribut yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pengunjung, tetapi pada kenyataannya yang diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Pihak Kantor Pos tidak perlu meningkatkan atribut-atribut yang ada pada kuadran in D, karena atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen dan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah :

- a. Kantor Pos Sosopan bersedia menerima kritik dan saran (item 14)
- b. Karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian (item 12)
- c. Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan (item 10)
- d. Karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi konsumen (item 5)

Dari analisis kuadran disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang memiliki kualitas pelayanan terletak pada kuadran yang

berbeda-beda yaitu , kuadran A item 1 berasal dari dimensi *tangibles*, item 6 berasal dari dimesi *reability* item 7 dari dimensi *responsiveness* dan item 9 berasal dari dimensi *assurance*. Pada kuadran B item 2,3 dan 4 berasal dari dimensi *tangibles*. Pada kuadran C item 8 berasal dari dimensi *responsiveness* item 11 dari dimensi *assurance* dan item 13 berasal dari dimensi *empathy*. Kuadran D item 14 dan 12 berasal dari dimensi *empathy*, item 10 berasal dari dimensi *assurance* dan item 5 berasal dari item *reliability*.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

PT. Pos Indonesia (Persero) mempunyai 3.700 kantor pos online yang ada di Indonesia. Kantor pos cabangnya adalah Kantor Pos Sosopan yang berada di Jl. Merdeka, Kel. Pasar Sosopan, Kec. Sosopan, Sosopan Julu, Kabupaten Padang Lawas, Sumatra Utara. Kantor Pos Sosopan mempunyai mempunyai 8 loket jam kerja Hari Senin – Kamis pukul 08.00 WIB - 16.00 WIB dan Hari Jumat - Sabtu 08.00 WIB – 15.00 WIB. Dalam setiap hari nya konsumen yang datang ke Kantor Pos Sosopan berkisar 10 – 15 orang. Maka dari itu karyawan Kantor Pos Sosopan harus siap sedia untuk melayani konsumen yang ingin melakukan transaksi dan pengiriman paket lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kesesuaian antara kinerja pelayanan dan kepentingan kepuasan yang nilainya tertinggi terdapat pada item 3 dan item 10 yaitu peralatan perlengkapan (sarana prasarana) di kantor pos sangat lengkap dan karyawan selalu bersikap ramah dan sopan dengan nilai 102,0%. Sedangkan tingkat kesesuaian yang nilainya

terendah terdapat pada item 8 yaitu proses pelayanan pengiriman barang cepat dengan nilai 96,52% dan atribut ini perlu diperhatikan.

Berdasarkan hasil perolehan hasil penelitian tingkat kepentingan kepuasan Kantor Pos Sosopan terhadap atribut kualitas pelayanan perlu ditingkatkan lagi. Hal ini didasarkan pada hasil dari *importance performance analysis* (IPA) yang menunjukkan bahwa dari keempat kuadran tersebut, terdapat 4 item pertanyaan pada kuadran A (Prioritas Utama) dan item pertanyaan yang terdapat pada kuadran ini merupakan item-item pertanyaan yang memiliki kinerja yang utama dan dianggap sangat penting oleh para konsumen Kantor Pos tetapi Kantor Pos belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas.

Pada kuadran B, kantor Pos harus mempertahankan item-item pertanyaan yang ada pada kuadran ini dan terdapat 3 item pertanyaan. Karena kuadran B menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak Kantor Pos dan telah membuat Konsumen merasa puas.

Pada Kuadran C terdapat 3 item-item pertanyaan, dan pertanyaan tersebut dianggap kurang penting bagi konsumen, dan tidak terlalu bermasalah. Pada atribut ini selain tingkat kepentingan yang rendah tingkat kinerjanya juga rendah oleh karena itu perlu dipertimbangkan karena biasa saja dan tidak terlalu istimewa.

Pada Kuadran D terdapat 4 item-item pertanyaan, dan pertanyaan tersebut tidak perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting oleh konsumen sedangkan kinerjanya dijalankan dengan sangat baik oleh Kantor Pos dan membuat konsumen merasa sangat puas, hal ini dianggap berlebihan.

Berdasarkan hasil pembahasan uji t penelitian melalui dimensi kualitas pelayanan ini menunjukkan bahwa:

- 1) Kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles* menunjukkan angka $t_{hitung} = 3,258 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ sehingga terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
- 2) Kepuasan konsumen melalui dimensi *reliability* menunjukkan angka $t_{hitung} = 6,794 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ sehingga terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
- 3) Kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness* menunjukkan angka $t_{hitung} = 4,690 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ sehingga terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
- 4) Kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance* menunjukkan angka $t_{hitung} = 5,729 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ sehingga terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.

- 5) Kepuasan konsumen melalui dimensi *emphaty* menunjukkan angka $t_{hitung} = 9,632 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ sehingga terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
- 6) Berdasarkan angka $t_{hitung} = x1= 3,285, x2= 6,794, x3= 4,690, x4= 5,729, x5= 9,632 < \text{dari } t_{tabel} = 1,664$ menunjukkan bahwa terdapat kepuasan konsumen yang positif dan signifikan secara simultan melalui dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* pada pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.

D. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah :

1. Keterbatasan kemampuan penelitian dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.
2. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

3. Keterbatasan peneliti pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada sistem informasi manajemen dan kinerja pegawai, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti.
4. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya dapat meneliti di Kantor Pos Sosopan. Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat selesai.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kantor Pos Sosopan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Atribut pada dimensi *tangibles* yang terdapat di dalam kuadran A satu pertanyaan yaitu tempat parkir dan toilet (item 1) harus diperhatikan dan diperbaiki. atribut yang terdapat pada kuadran B harus dipertahankan yaitu Kantorpos terjaga kebersihan dan keamanannya (item 4) Karyawan berpenampilan rapi dan professional (item 2) Peralatan Perlengkapan (sarana dan prasarana) di Kantorpos sangat lengkap (item3). Dan tidak terdapat atribut dimensi *tangibles* pada kuadran C dan D.
2. Atribut pada dimensi *reliability* yang terdapat pada kuadran A Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan (item 6) harus diperhatikan lebih lanjut lagi. Kuadran D karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi konsumen (item 5). Tidak terdapat atribut dimensi *reliability* pada kuadran B dan C.
3. Atribut pada dimensi *responsiveness* yang terdapat pada kuadran A Karyawan siap merespon permintaan konsumen (item 7, Kantorpos

Sosopan menjamin keamanan transaksi dan penyampaian barang kepada penerima (item9) harus diperhatikan dan diperbaiki. Kuadran C proses pelayanan pengiriman barang cepat (item 8) tidak perlu ditingkatkan karena tidak bermasalah . Untuk dimensi *responsiveness* tidak terdapat pada kuadran B dan D.

4. Atribut pada dimensi *assurance* yang terdapat pada kuadran C yaitu Karyawan harus mampu menjawab pertanyaan dari konsumen (item11) tidak perlu ditingkatkan karena tidak bermasalah. Kuadran D Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan (item10), karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian (item 12) tidak perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting. Tidak terdapat atribut dimensi *assurance* pada kuadran A dan B.

5. Atribut pada dimensi *emphaty* yang terdapat pada kuadran C yaitu waktu operasional yang nyaman dan memudahkan konsumen (item 13) tidak perlu ditingkatkan karna tidak bermasalah. Kuadran D yaitu Kantorpos bersedia menerima kritik dan saran (item 14) tidak perlu ditingkatkan karna dianggap kurang penting. Pada atribut *emphaty* tidak terdapat pada kuadran A dan B.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui lima dimensi tangibles Kantor Pos harus memperluas lahan parkir untuk memudahkan konsumen yang membawa kereta. Mempertahankan penampilan yang rapi, kebersihan dan kenyamanan Kantorpos dan

mempertahankan peralatan sarana prasarana yang lengkap. Atribut tidak membutuhkan peningkatan karena tidak bermasalah yaitu Proses Pelayanan pengiriman barang cepat.

2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui reliability Kantorpos harus meningkatkan pelayanan karyawan untuk ketepatan waktu pelayanan agar di tepati dengan sesuai janji yang diberikan. Atribut yang tidak membutuhkan peningkatan karena tidak bermasalah yaitu karyawan yang dapat diandalkan dalam menangani permintaan konsumen.
3. Untuk meningkat kepuasan konsumen melalui responsiveness karyawan kantor pos harus siap menangani permintaan konsumen dan karyawan kantor pos juga siap menjamin keamanan transaksi konsumen. Atribut yang tidak dibutuhkan untuk ditingkatkan karena tidak bermasalah proses pengiriman barang harus cepat.
4. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui dimensi assurance karyawan Kantor Pos menjaga keamanan transaksi konsumen. Atribut yang tidak perlu ditingkat lagi dan di anggap kurang penting yaitu untuk menjawab pertanyaan konsumen dan saran dan kritik dari konsumen.
5. Untuk meningkat kepuasan konsumen melalui dimensi kantor pos harus mempertahankan atribut kebersihan dan kenyamanan lingkungan kantor pos dan yang tidak berli ditingkatkan karna tidak bermasalah karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang R. Lebin R. 2005, *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisaan dengan SPSS*, Edisi pertama, Gramedia pustaka utama : Jakarta.
- Asmadi Alsa, Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004.
- Asmadi Alsa, Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005.
- Bambang Prasetyo Dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Burhan Bugin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). *Kepuasan dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Duwi Priyatno, Mandiri Belajar SPSS (Yogyakarta : Mediakom, 2008.
- Duwi Priyatno, Spss 23 : *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014.
- Elli Henni Harahap, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 17 Oktober 2022, Pukul 16.30 Wib.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen (Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen (Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen(Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

- Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality and Satisfaction* (Yogyakarta Andi Offset, 2005).
- Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*(Yogyakarta: Andi Offset , 2005).
- Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*(Yogyakarta: Andi Offset, 2005).
- Goettsch, David L& Stanley B. Davis. (2020). *Kualitas Manajemen*. Ahli Bahasa Hendra Tegu dan Ronny A Rusly. Jakarta: Prenhallindo.
- Handi irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hendra Nasution, Kepala Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 17 Oktober 2022, pukul 17.00Wib.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009).
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012).
- Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta:PT. Raja Grafindo 2008).
- _____, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).
- _____, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- _____, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi Ketuiga Belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lopioyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salamba Empat.
- M Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Inonesia , 2004).
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2005).
- _____, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2005).
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

- _____, Tafsir Al-Misbah (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- M.N Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004).
- _____, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor:Ghalia Indonesia, 2004).
- M.Nur Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004).
- Malayu S.P Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009).
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan) (Bandung: Pustaka Setia, 2011).
- Mawar Pasaribu, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan,
- Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (jakarta: PT Raja Grafindo, 2008).
- Moenir,H.A.S. (2002). “*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*”. Jakarta: Bumi Akasara
- Novita Elidiah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2020),
- Oliver.(2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- P Joko Sbagyo, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004).
- Philip Kotler dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Jakarta: Salemba Empat,1999).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas (Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2008).
- Rangkuti Ahmad Nizar, Metodologi Penelitian Pendidikan (Bandung: Cita Pustaka, 2016).
- Rosadi Ruslan, Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).
- Sinta Rahma Putri, “Analisis Kepuasan Pelanggan Berbelanja Di Budiman Swalayan Kota Padang” (Jurnal 2015).

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, "*Perilaku Organisasi*", (Jakarta: PT Salemba Empat, 2009).

Sudirman Nasution, Kepala Rumah Tangga, Wawancara di Kantor Pos Sosopan, Tanggal 02 September 2022, pukul 15.00 Wib.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2001).

_____, *Metode penelitian manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016).

_____, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta. 2010

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 2003).

Supranto, *Proposal Penelitian dengan Contoh* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004).

_____, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta. 2006

Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.

Wawancara, Tanggal 17 Oktober 2022, pukul 17.15 Wib.

Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: Pt.Indeks, 2011).

Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002).

Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002).

Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Tommi Sahbana Nasution
Nim : 18 402 00314
Tempat/tanggal lahir : Sianggungan, 19-November-2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Anak ke : 2 dari 5 bersaudara
Alamat : Sianggungan, Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang
Lawas
Telepon/NO.HP : 082272202345

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Sudirman Nasution
Nama Ibu : Elly Henni Harahap
Alamat : Sianggungan, Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang
Lawas

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : SD N 100830 Simaninggir
Tahun 2012-2015 : SMP N 1 Sosopan
Tahun 2015-2018 : SMA N 1 Sosopan
Tahun 2018-Sekarang : UIN Syahada Padangsidempuan

Penulis

Tommi Sahbana Nasution
Nim. 18 402 00314



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2227 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/09/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

09 September 2022

Th. Bapak/Ibu;
1. Nofinawati : Pembimbing I
2. Muhammad Wandisyah R Hutagalung : Pembimbing II

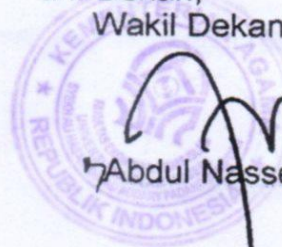
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Tomi Sahbana Nasution
NIM : 1840200314
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

mbusan :
an Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 206 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2023
Hal : Mohon Izin Riset

16 Januari 2023

Yth. Pimpinan Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

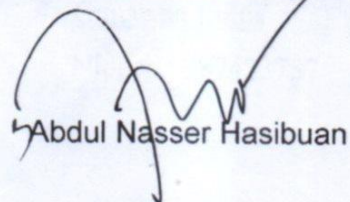
Nama : Tomi Sahbana Nst
NIM : 1840200314
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Nomor : 1715 /Umum/Jat/0518
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Riset Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gunawan Lubis
Nippos : 987 423 757
Jabatan : Manajemen Sumber Daya Manusia

Dengan ini menerangkan bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Tomi Sahbana Nasution
Nim : 18 402 00314
Alamat : Desa Sianggunan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar telah melakukan Riset Penelitian pada Kantor Pos Sosopan dengan judul “ Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan Kabupaten Padang Lawas”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sosopan, 7 Febuari 2023

Manajer Sumber Daya Manusia



Gunawan Lubis

Nippos : 987423757

DOKUMENTASI



Dokumentasi dengan bapak Anto pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan bapak Zulkifli pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan ibu Netti pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan bapak Herman pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan ibuk Mawar pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan bapak riski pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan ibuk Siska pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan ibuk Salbiah pada tanggal 5 Juni 2023



Dokumentasi dengan Bapak Sudirman pada tanggal 5 Juni 2023

Validitas x

Correlations

		Item1	item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10
Item1	Pearson Correlation	1	.129	-.156	.163	.016	.076	.023	-.122	-.124	-.016
	Sig. (2-tailed)		.242	.156	.139	.884	.493	.837	.270	.263	.886
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
item2	Pearson Correlation	.129	1	.160	.402**	-.037	.057	.160	-.093	-.169	.251*
	Sig. (2-tailed)	.242		.145	.000	.738	.608	.147	.401	.124	.021
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item3	Pearson Correlation	-.156	.160	1	-.119	.160	.067	.067	.106	.042	.067
	Sig. (2-tailed)	.156	.145		.281	.145	.546	.546	.337	.706	.543
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item4	Pearson Correlation	.163	.402**	-.119	1	-.004	-.147	-.038	.104	-.151	.194
	Sig. (2-tailed)	.139	.000	.281		.970	.183	.734	.345	.171	.077
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item5	Pearson Correlation	.016	-.037	.160	-.004	1	.057	.262*	.161	.277*	-.071
	Sig. (2-tailed)	.884	.738	.145	.970		.608	.016	.144	.011	.522
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item6	Pearson Correlation	.076	.057	.067	-.147	.057	1	.227*	-.208	-.210	-.089
	Sig. (2-tailed)	.493	.608	.546	.183	.608		.038	.057	.055	.418
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item7	Pearson Correlation	.023	.160	.067	-.038	.262*	.227*	1	-.089	.157	.062
	Sig. (2-tailed)	.837	.147	.546	.734	.016	.038		.422	.155	.576
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item8	Pearson Correlation	-.122	-.093	.106	.104	.161	-.208	-.089	1	.191	.133
	Sig. (2-tailed)	.270	.401	.337	.345	.144	.057	.422		.083	.228
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item9	Pearson Correlation	-.124	-.169	.042	-.151	.277*	-.210	.157	.191	1	-.089
	Sig. (2-tailed)	.263	.124	.706	.171	.011	.055	.155	.083		.419
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item10	Pearson Correlation	-.016	.251*	.067	.194	-.071	-.089	.062	.133	-.089	1
	Sig. (2-tailed)	.886	.021	.543	.077	.522	.418	.576	.228	.419	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item11	Pearson Correlation	.155	-.015	-.143	.035	-.015	.045	-.054	.215	.133	-.054
	Sig. (2-tailed)	.159	.892	.195	.755	.892	.687	.625	.050	.229	.626

	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 2	Pearson Correlation	-.122	-.029	-.017	.104	.224*	-.089	.090	.041	.126	-.054
	Sig. (2-tailed)	.270	.790	.879	.345	.040	.422	.414	.709	.254	.625
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 3	Pearson Correlation	.125	-.097	-.101	-.077	.298**	.235*	.129	.075	.049	-.071
	Sig. (2-tailed)	.257	.381	.359	.486	.006	.031	.243	.498	.655	.519
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 4	Pearson Correlation	.055	-.049	.142	.019	.013	.121	.121	-.046	.041	-.013
	Sig. (2-tailed)	.619	.659	.198	.865	.904	.273	.273	.675	.713	.906
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.262*	.372**	.285**	.304**	.504**	.275*	.478**	.289**	.267*	.274*
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.009	.005	.000	.011	.000	.008	.014	.012
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84

Correlations

		Item11	Item12	Item13	Item14	Total
Item1	Pearson Correlation	.155	-.122	.125	.055	.262*
	Sig. (2-tailed)	.159	.270	.257	.619	.016
	N	84	84	84	84	84
item2	Pearson Correlation	-.015	-.029	-.097	-.049	.372**
	Sig. (2-tailed)	.892	.790	.381	.659	.000
	N	84	84	84	84	84
Item3	Pearson Correlation	-.143	-.017	-.101	.142	.285**
	Sig. (2-tailed)	.195	.879	.359	.198	.009
	N	84	84	84	84	84
Item4	Pearson Correlation	.035	.104	-.077	.019	.304**
	Sig. (2-tailed)	.755	.345	.486	.865	.005
	N	84	84	84	84	84
Item5	Pearson Correlation	-.015	.224*	.298**	.013	.504**
	Sig. (2-tailed)	.892	.040	.006	.904	.000
	N	84	84	84	84	84
Item6	Pearson Correlation	.045	-.089	.235*	.121	.275*
	Sig. (2-tailed)	.687	.422	.031	.273	.011
	N	84	84	84	84	84
Item7	Pearson Correlation	-.054	.090	.129	.121	.478**
	Sig. (2-tailed)	.625	.414	.243	.273	.000
	N	84	84	84	84	84

Item8	Pearson Correlation	.215 [*]	.041	.075	-.046	.289 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.050	.709	.498	.675	.008
	N	84	84	84	84	84
Item9	Pearson Correlation	.133	.126	.049	.041	.267 [*]
	Sig. (2-tailed)	.229	.254	.655	.713	.014
	N	84	84	84	84	84
Item10	Pearson Correlation	-.054	-.054	-.071	-.013	.274 [*]
	Sig. (2-tailed)	.626	.625	.519	.906	.012
	N	84	84	84	84	84
Item11	Pearson Correlation	1	.154	.155	.188	.383 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.162	.159	.087	.000
	N	84	84	84	84	84
Item12	Pearson Correlation	.154	1	-.056	-.046	.261 [*]
	Sig. (2-tailed)	.162		.611	.675	.016
	N	84	84	84	84	84
Item13	Pearson Correlation	.155	-.056	1	-.009	.361 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.159	.611		.934	.001
	N	84	84	84	84	84
Item14	Pearson Correlation	.188	-.046	-.009	1	.319 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.087	.675	.934		.003
	N	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.383 ^{**}	.261 [*]	.361 ^{**}	.319 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.001	.003	
	N	84	84	84	84	84

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Y

CORRELATIONS

/VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11
Item12 Item13
Item14 Total
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		02-AUG-2023 20:22:57
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	84
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11 Item12 Item13 Item14 Total /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,19

Item1 0	Pearson	.235 [*]	.143	.077	.324 ^{**}	-.015	.208	-.014	.185	-.100	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.032	.193	.486	.003	.892	.058	.899	.092	.367	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 1	Pearson	-.086	.170	.211	-.012	.004	-.061	.113	.048	-.055	-.143
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.434	.121	.054	.914	.972	.583	.308	.666	.618	.193
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 2	Pearson	.049	.108	.284 ^{**}	.284 ^{**}	.247 [*]	.011	.237 [*]	.036	.152	.194
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.660	.327	.009	.009	.023	.923	.030	.746	.168	.078
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 3	Pearson	-.074	.072	.242 [*]	.051	.270 [*]	-.021	-.085	.117	-.001	.016
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.502	.514	.026	.646	.013	.849	.440	.288	.995	.882
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Item1 4	Pearson	.190	.208	.178	.178	-.051	.119	-.018	.132	.194	.070
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.083	.058	.105	.105	.648	.280	.873	.233	.076	.527
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Total	Pearson	.267 [*]	.557 ^{**}	.579 ^{**}	.539 ^{**}	.423 ^{**}	.411 ^{**}	.338 ^{**}	.329 ^{**}	.228 [*]	.387 ^{**}
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.002	.037	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84

Correlations

		Item11	Item12	Item13	Item14	Total
Item1	Pearson Correlation	-.086	.049	-.074	.190	.267 [*]
	Sig. (2-tailed)	.434	.660	.502	.083	.014
	N	84	84	84	84	84
item2	Pearson Correlation	.170	.108	.072	.208	.557 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.121	.327	.514	.058	.000
	N	84	84	84	84	84
Item3	Pearson Correlation	.211	.284 ^{**}	.242 [*]	.178	.579 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.054	.009	.026	.105	.000
	N	84	84	84	84	84
Item4	Pearson Correlation	-.012	.284 ^{**}	.051	.178	.539 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.914	.009	.646	.105	.000

	N	84	84	84	84	84
Item5	Pearson Correlation	.004	.247 [*]	.270 [*]	-.051	.423 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.972	.023	.013	.648	.000
	N	84	84	84	84	84
Item6	Pearson Correlation	-.061	.011	-.021	.119	.411 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.583	.923	.849	.280	.000
	N	84	84	84	84	84
Item7	Pearson Correlation	.113	.237 [*]	-.085	-.018	.338 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.308	.030	.440	.873	.002
	N	84	84	84	84	84
Item8	Pearson Correlation	.048	.036	.117	.132	.329 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.666	.746	.288	.233	.002
	N	84	84	84	84	84
Item9	Pearson Correlation	-.055	.152	-.001	.194	.228 [*]
	Sig. (2-tailed)	.618	.168	.995	.076	.037
	N	84	84	84	84	84
Item10	Pearson Correlation	-.143	.194	.016	.070	.387 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.193	.078	.882	.527	.000
	N	84	84	84	84	84
Item11	Pearson Correlation	1	.108	.072	.018	.269 [*]
	Sig. (2-tailed)		.327	.514	.870	.013
	N	84	84	84	84	84
Item12	Pearson Correlation	.108	1	-.102	-.058	.418 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.327		.357	.603	.000
	N	84	84	84	84	84
Item13	Pearson Correlation	.072	-.102	1	.173	.312 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.514	.357		.117	.004
	N	84	84	84	84	84
Item14	Pearson Correlation	.018	-.058	.173	1	.410 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.870	.603	.117		.000
	N	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.269 [*]	.418 ^{**}	.312 ^{**}	.410 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.004	.000	
	N	84	84	84	84	84

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY X

```

/VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11
Item12 Item13
  Item14
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes		
Output Created		02-AUG-2023 20:30:24
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	84
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11 Item12 Item13 Item14 Total /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	84	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	126.6667	26.080	.183	.663
item2	126.8095	24.421	.497	.638
Item3	126.7262	24.490	.525	.638
Item4	126.7262	24.683	.480	.641
Item5	126.7500	25.202	.348	.651
Item6	126.8929	25.109	.332	.651
Item7	126.8452	25.434	.272	.656
Item8	126.8214	25.594	.243	.658
Item9	126.8214	26.124	.133	.667
Item10	126.7024	25.465	.311	.654
Item11	126.8095	25.915	.178	.663
Item12	126.6905	25.252	.368	.650
Item13	126.6786	25.859	.230	.660
Item14	126.6429	25.509	.340	.653

RELIABILITY Y

```
/VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11  
Item12 Item13  
Item14  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes		
Output Created		02-AUG-2023 20:34:42
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Matrix Input	
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Item1 item2 Item3 Item4 Item5 Item6 Item7 Item8 Item9 Item10 Item11 Item12 Item13 Item14 Total /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	84.0
	Excluded ^a	16	16.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	126.5476	17.480	.159	.625
item2	126.5833	17.017	.272	.614
Item3	126.6310	17.344	.176	.624
Item4	126.5238	17.337	.206	.621
Item5	126.5833	16.487	.415	.599
Item6	126.7024	17.368	.162	.625
Item7	126.7024	16.501	.380	.602
Item8	126.4643	17.457	.199	.622
Item9	126.5595	17.454	.163	.625
Item10	126.6071	17.398	.167	.625
Item11	126.6429	16.931	.279	.613
Item12	126.4643	17.553	.170	.625
Item13	126.5476	17.094	.264	.615
Item14	126.4762	17.337	.228	.620

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-745	,689		-2,471	,811
	x1	,221	,680	,216	3,258	,754
	x2	,093	,137	,195	6,794	,517
	x3	-,026	,316	-,034	4,690	,935
	x4	,333	,582	,257	5,729	,583
	x5	,559	,581	,381	9,632	,364

a. Dependent Variable: kualitas pelayanan

UJI t

- Jika Nilai Sig < 0,05 atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel Y terhadap variabel X
- Jika Nilai Sig > 0,05 atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel Y terhadap variabel X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	158.834	94.439		1.682	.118
	kepuasan konsumen	.596	.239	.583	2.488	.000

a. Dependent Variable: kualitas pelayanan

- Jika Nilai Sig $0.00 < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ $2,488 > 1,664$ maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y

Kesimpulannya adalah H_a Diterima sedangkan H_0 Ditolak.

LEMBARAN VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

NIDN : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Sosopan.”

Yang disusun oleh:

Nama : Tomi Sahbana Nasution

Nim : 18 402 00314

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Mei 2023

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Berilah tanda *Cheklis* (\surd) pada kolom V (Valid), TV (Tidak Valid) dan Jumlah pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Nama Variabel	Indikator	Item Soal	V	TV	Jumlah
Kepuasan Konsumen (X)					
	Kesesuain harapan konsumen	1, 2, 3 dan 4			
	Minat Berkunjung kembali	5, 6, 7 dan 8			
	Kesedian merekomendasikan	9, 10 dan 11			
	Tingkat kualitas pelayanan	12, 13, dan 14			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2023
Validator

H. Ali Hardana. S.Pd., M.Si.
NIDN.2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYAN (X)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), TV (Tidak Valid) dan Jumlah pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Nama Variabel	Indikator	Item Soal	V	TV	Jumlah
Pernyataan yang diterima Konsumen	Terletak pada lima dimensi, yaitu sebagai berikut:				
	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1, 2, 3 dan 4			
	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	5 dan 6			
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	7, 8 dan			
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	9, 10 dan 11			
	<i>Emphaty</i> (Empati)	12, 13 dan 14			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2023
Validator

H. Ali Hardana. S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden : _____
2. Nama : _____
3. Jenis kelamin : _____
4. Alamat : _____
5. Agama : _____
6. Apakah anda menjadi Nasabah di Kantor Pos
 - a. Ya
 - b. Tidak

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang teredia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban saudara/saudari dan bapak/ibu dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

A. Angket Tingkat Kepentingan (Kepuasan Konsumen) X

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian Harapan Konsumen						
1	Konsumen berharap karyawan memberikan pelayanan yang sesuai					
2	Konsumen berhak memberikan komplain					
3	Karyawan dan konsumen saling berpartisipasi					
4	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen					
Minat Berkunjung Kembali						
5	Cepat merespon konsumen yang datang					
6	Konsumen akan berkunjung kembali jika pelayanan yang diberikan sangat baik					
7	Dalam memberikan informasi karyawan harus bisa membuat konsumen paham dan tanggap akan penyampaian karyawan					
8	Adanya skill tersendiri dari karyawan Kantor Pos dalam melayani konsumen					
Kesedian Merekomendasikan						
9	Kesedian dalam merekomendasikan Kantor Pos dan Pelayanan yang diberikan					
10	Karyawan siap merespon permintaan konsumen					
11	Proses pelayanan pengiriman barang cepat					
Tingkat Kualitas Pelayanan						
12	Kantor pelayanan memiliki ruang tunggu yang mencukupi					
13	Penampilan karyawan rapi dan menarik					
14	Konsumen tidak akan berpindah ke kantor lain jika pelayanan yang diberikan bagus					
Total						

B. Angket Tingkat Kinerja yang Diterima (Kualitas Pelayanan) (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		S	SS	KS	TS	STS
Tangibles (Bukti Fisik)						
1	Kondisi ruangan dan fasilitas pendukung (mushola, parkir dan toilet) sangat nyaman					
2	Karyawan berpenampilan rapi dan professional					
3	Peralatan (perlengkapan sarana dan prasarana) di Kantor Pos sangat lengkap					
4	Kantor Pos Sosopan terjaga kebersihan dan kenyamanannya					
Reliability (Kehandalan)						
5	Karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi konsumen					
6	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan					
Responsiveness (Ketanggapan)						
7	Karyawan siap menjawab pertanyaan konsumen					
8	Karyawan siap merespon permintaan konsumen					
9	Proses pelayanan pengiriman barang cepat					
Assurance (Jaminan)						
10	Kantor Pos Sosopan menjamin keamanan transaksi dan penyampaian barang kepada penerima					

11	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah pada setiap konsumen					
Empathy (Empati)						
12	Karyawan memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian					
13	Waktu operasional yang nyaman dan memudahkan konsumen					
14	Kantor Pos Sosopan bersedia menerima kritik dan saran					
Total						

Sosopan Mei 2023

Responden

Nama.

OK_yok_bisa_yok_semangatt_-_Copy.docx

ORIGINALITY REPORT

27 %
SIMILARITY INDEX

27 %
INTERNET SOURCES

6 %
PUBLICATIONS

9 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	21 %
2	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
3	ojs.umb-bungo.ac.id Internet Source	1 %
4	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1 %
5	repo.uho.ac.id Internet Source	<1 %
6	id.123dok.com Internet Source	<1 %
7	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
8	123dok.com Internet Source	<1 %
9	Rina Suthia Hayu. "The Influence Of Satisfaction, Trust And Price Of Consumer Loyalty On Green Product (Case In Kandang	<1 %