

**PENGARUH ASURANSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
SIGALANGAN**



SKRIPSI

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

Oleh

**CANTIKA NAYA BATUBARA
NIM: 21 402 00103**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH ASURANSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
SIGALANGAN**



SKRIPSI

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

Oleh

**CANTIKA NAYA BATUBARA
NIM: 21 402 00103**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH ASURANSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
SIGALANGAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**CANTIKA NAYA BATUBARA
NIM. 21 402 00103**

PEMBIMBING I


Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II


Sulaiman Efendi, M.E
NIDN. 2007040007

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **CANTIKA NAYA BATUBARA**

Padangsidempuan, 2 September 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **CANTIKA NAYA BATUBARA** yang berjudul "**Pengaruh Asuransi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II

Sulaiman Efendi, M.E
NIDN.2007049007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan**

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 plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 4 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang 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, 02 -09-2025
yang Menyatakan,



Cantika Naya Batubara
NIM. 2140200103

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
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 Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 29/2025 Saya
yang Menyatakan,



2000
METRAL
TEMPEL
2ACAJX913186648

Cantika Naya Batubara
NIM. 2140200103



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, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan

Ketua


Dr. Rukiah, M.Si
NIDN. 2024037601

Sekretaris


Sulaiman Efendi, M.E
NIDN. 2007049007

Anggota


Dr. Rukiah, M.Si
NIDN. 2024037601


Sulaiman Efendi, M.E
NIDN. 2007049007


Dr. Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, S.P., M.M
NIDN. 2200618105


Ja'far Nasution, Lc., M.E.I
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 18 September 2025
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 78,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,72
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733

Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**: Pengaruh Asuransi Dan Harga Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan**

NAMA

: Cantika Naya Batubara

NIM

: 21 402 00103

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

Padangsidimpuan,
Dekan,

November 2025



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Cantika Naya Batubara
Nim : 2140200103
Judul Skripsi : Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

PT. Pos Indonesia Sigalangan menetapkan asuransi dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun fakta di lapangan bahwasanya konsumen itu menggunakan asuransi pengiriman paket tetapi yang ia dapatkan itu masih ada kerusakan barang atau paket, sehingga dia kecewa dengan adanya jaminan ini tetapi paket yang dikirimkan itu masih rusak dan tidak ditanggungijawab oleh pihak PT Pos Indonesia Sigalangan. Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori kepuasan pelanggan. Sehubungan dengan pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan asuransi, harga, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman paket. Sampel penelitian diambil menggunakan Teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji simultan (F), uji parsial (uji t), uji koefisien determinasi (R²), penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil uji t diketahui: secara parsial variabel Asuransi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan. secara parsial variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan. secara simultan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan. Persentasi pengaruh variabel asuransi dan harga 96,3%, sedangkan sisanya 3,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Asuransi, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Name : Cantika Naya Batubara
Reg. Number : 2040200123
Thesis Title : The Influence of Insurance and Price on Customer Satisfaction
At PT. Pos Indonesia Sigalangan

PT. Pos Indonesia Sigalangan sets insurance and prices to enhance customer satisfaction. However, the fact on the ground is that consumers use package shipping insurance, but what they receive still has damaged goods or packages. As a result, they are disappointed with this guarantee because the packages sent are still damaged and not covered by PT Pos Indonesia Sigalangan. The discussion in this research is related to customer satisfaction theory. In relation to the approach taken, it involves theories related to insurance, pricing, and customer satisfaction. This study aims to investigate the influence of insurance and price on customer satisfaction. This research uses quantitative research. The population of this study is the customers of PT. Pos Indonesia Sigalangan who use package delivery services. The research sample was taken using accidental sampling technique with a sample size of 96 people. The data analysis used is validity, reliability, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, simultaneous test (F test), partial test (t test) coefficient of determination test (R²). This research uses the SPSS analysis tool version 26. Based on the research results it can be concluded that the t test is known; Partially the variables of Insurance use affect the development of Customer Satisfaction in the PT Pos Indonesia Sigalangan. Partially the variable of Price to the development of the Customer Satisfaction in the PT Pos Indonesia Sigalangan. Simultaneously there is a positive and significant influence between the variables Insurance and Price on Customer Satisfaction in the PT Pos Indonesia Sigalangan. The percentage of influence of the variables insurance and price was 96,3%, while the remaining 3,7% was influenced by other variables that were not included in this study.

Keywords: Insurance, Price, Customer Satisfaction

ملخص البحث

الاسم جنتيكا نايا باتبارا :
رقم التسجيل : ٣٠ ٤٠٢٠٠١ ٢١
عنوان البحث : تأثير التأمين والسعر على رضا العملاء في فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن

فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن يحدد التأمين والأسعار لزيادة رضا العملاء. ومع ذلك، فإن الحقيقة على أرض الواقع هي أن المستهلكين يستخدمون تأمين شحن الطرود ولكن ما يحصلون عليه هو أن هناك تلف في البضائع أو الطرود، مما يجعلهم يشعرون بخيبة أمل من هذا الضمان، ولكن الطرد الذي تم شحنه لا يزال تالفاً وغير مسؤول عنه من قبل شركة فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن. النقاش في هذا البحث يتعلق بنظرية رضا العملاء. فيما يتعلق بالنهج المتبع، فهي النظريات المتعلقة بالتأمين، والأسعار، ورضا العملاء. تهدف هذه الدراسة إلى التحقق في تأثير التأمين والسعر على رضا العملاء. تستخدم هذه الدراسة البحث الكمي. السكان في هذا البحث هم عملاء فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن بإجمالي عدد سكان. تم أخذ عينة البحث باستخدام تقنية العينة الهادفة بعدد عينة بلغ ٩٦ شخصاً. تحليل البيانات المستخدم هو اختبار الصلاحية، والموثوقية، واختبار الطبيعية، واختبار التعداد الخطي، واختبار التباين المتجانس، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار التزامن (ف)، واختبار الجزئي (اختبار ت)، واختبار معامل التحديد (ر)²، تستخدم هذه الدراسة أداة التحليل سفسس النسخة ٢٦. بناءً على نتائج البحث يمكن الاستنتاج أن نتائج اختبار t تُظهر بشكل جزئي، أن متغير التأمين يؤثر على رضا العملاء في فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن. بشكل جزئي، أن متغير السعر يؤثر على رضا العملاء في فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن. بشكل متزامن، هناك تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية بين متغير التأمين والسعر على رضا العملاء في فت. فوس إندونيسيا سيكلاغن. نسبة تأثير متغيري التأمين والسعر ٩٦،٣٪، بينما النسبة المتبقية ٣،٧٪ تتأثر بمتغيرات أخرى لم تُدرج في هذا البحث.

العملاء رضا السعر، التأمين، :المفتاحية الكلمات

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Uraian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA).

Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

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 segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, 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 Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan 1 Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan 2 Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan 3 Bidang Kemahasiswaan, alumni kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, Sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan. Serta seluruh civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., M.M selaku Pembimbing 1 dan Bapak Sulaiman Efendi, M.E selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan

pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak berikan.

5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen FEBI di UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tuaku, Almarhum Bapak Nazaruddin Batubara dan Almarhumah Ibu Masraya Lubis, yang telah mendahului, terimakasih atas kenangan indah dan Pelajaran hidup yang telah diberikan. Meskipun raga kalian tak lagi bersama, semangat dan doa kalian akan selalu menjadi penyemangat saya dalam meraih cita-cita.
8. Terimakasih peneliti ucapkan kepada seluruh saudara kandung Muhammad Rifai Batubara (bg Rambo), Nazray Putra Batubara, Juni Azhari Batubara, Almarhum Abdul Rajab Batubara Abdurrahman Batubara, dan kepada saudari kandung Anggina Mora Batubara S.pd, Aisyah Nur Utami Batubara, Nur Hamidah Batubara, Suci Rahmadhani Batubara, atas segala bantuan dan dukungan yang telah kalian berikan, yang selalu mendengarkan keluh kesahku, memberikan semangat, dan terimakasih atas bantuan moril dan materil, serta motivasi yang tak pernah

putus.

9. Terkhusus kepada kakakku tersayang Anggina Mora Batubara S.pd, saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas perhatian, bantuan, dan dukungan yang telah kakak berikan. Yang menjadi sosok ibu buat adekmu selama ini, dan selalu menjadi penyemangat disaat patah, pendengar disaat keluh, pengingat disaat lupa dan motivator yang baik sehingga karya ini selesai.
10. Terimakasih kepada eda Intan Yustisa Lubis dan Nantulang Panyabungan, yang selalu menyayangi, mendukung dan mendoakan setiap perjalanan peneliti.
11. Terkadang saya merasa seperti tidak berada di tempat lain. Saya hanya merasa tidak ada yang bisa memahami saya. Tetapi kemudian saya ingat bahwa saya memiliki kalian Desi Rahmadina, Masitoh, Lena widya Siregar, Leni Widya Siregar, Riska Yani Rambe dan Nur Atikah Siregar Selaku sahabat di UIN SYAHADA Padangsidempuan, terimakasih telah menjadi manusia terbaik di dunia.
12. Kepada sahabatku Nur Khoiriyah Dalimunthe yang selalu ada disisi saya. Terimakasih telah menyediakan Pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya. Saya bahkan tidak bisa menjelaskan betapa bersyukurya saya memiliki sahabat sepertimu.
13. Terimakasih kepada seluruh nim angkatan 21 Prodi Ekonomi Syariah yang telah berjuang bersama menncapai gelar sarjana.
14. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Cantika Naya Batubara,

Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

15. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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.

Padangsidempuan, 01-09-2025
Peneliti



Cantika Naya Batubara
Nim. 21 402 00103

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	aṢa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...إِ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h". Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

3. D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila 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.

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	
LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQOSYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	11
E. Rumusan Masalah	13
F. Tujuan Penelitian	13
G. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. Kepuasan Pelanggan	15
2. Asuransi	20
3. Harga.....	24
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
D. Instrumen Pengumpulan Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Uji Instrumen (Validitas dan Reabilitas).....	48
G. Teknik Analisis Data	49

1. Uji Asumsi Klasik.....	49
2. Uji Regresi Linear Berganda	50
3. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
A. Gambaran Umum Objek	53
B. Deskripsi Data Penelitian	56
C. Analisis Data	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reabilitas	59
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
a) Uji Normalitas.....	60
b) Uji Multikolinearitas.....	61
c) Uji Heteroskedastisitas	62
4. Uji Regresi Linear Berganda	62
5. Uji Hipotesis	64
a) Koefisien Determinasi (R^2)	64
b) Uji Parsial (Uji T)	64
c) Uji Simultan (Uji F).....	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
E. Keterbatasan Penelitian	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Implikasi Hasil Penelitian	72
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbedaan Harga Pengiriman JNE, JNT, dengan Pos Sigalangan	9
Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1 Skor Skala Pengukuran	45
Tabel III. 2 Kisi-kisi Kuesioner.....	45
Tabel IV.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.2 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel IV.3 Uji Validitas Asuransi	58
Tabel IV.4 Uji Harga	58
Tabel IV.5 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	59
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas Asuransi.....	59
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas Harga	60
Tabel IV.8 Uji Normalitas	60
Tabel IV.9 Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel IV. 10 Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel IV.11 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel IV.12 Uji Koefisien Determinan (R^2)	64
Tabel IV. 13 Uji Parsial (uji t)	64
Tabel IV.14 Uji Simultan (uji F).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I Kerangka Pikir	40
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Angket Penelitian

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Linear Berganda

Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam keberlanjutan suatu perusahaan jasa. PT Pos Indonesia sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman terbesar di Indonesia menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sehubungan dengan kegiatan persaingan dalam pemasaran. Persaingan bukanlah antara apa yang diproduksi berbagai perusahaan di dalam pabrik mereka, tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil pabrik tersebut dalam bentuk pengemasan, pelayanan, iklan, konsultasi bagi pelanggan, pendanaan, pengaturan pengiriman, pergudangan, dan lain-lain yang dianggap bernilai.¹

Menurut Tjiptono “kepuasan pelanggan merupakan rasa puas atau kecewa yang didapat pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan mereka”.² Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaian produk atau jasa, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.³ Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang

¹ Budi Alma, “Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa,” Bandung Alfabeta 2020, hlm. 105.

² Fandi Tjiptono, *Service Quality and Satisfaction* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020).

³ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Kajian Perilaku Hypermarket).

dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan adalah timbul dari apa yang konsumen inginkan itu sesuai yang diharapkan, kepuasan pelanggan merupakan yang didapatkan melebihi apa yang di korbankan, dalam hal ini kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang atau paket di PT Pos Indonesia Sigalangan yang mana dijanjikan ada jaminan atas paket yang dikirim.

Namun fakta yang di temukan di lapangan bahwa masyarakat yang menggunakan jasa Pos Indonesia Sigalangan merasa tidak puas dikarenakan keterlambatan pengiriman. Keterlambatan pengiriman sering menjadi keluhan utama pelanggan, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti kesalahan petugas, kondisi kendaraan, dan sistem pengiriman yang belum efisien seperti kurangnya pemahaman petugas loket tentang wilayah cakupan Pos Express, tidak hannya itu, kehilangan paket dan penyortiran yang tidak tepat dan kurangnya pengawasan dalam proses pengiriman dapat menyebabkan paket hilang atau salah alamat. Hasil wawancara dengan pelanggan PT Pos Sigalangan yaitu Ibu Desi Rahmadhina mengatakan bahwa paket yang dikirimnya tidak sesuai dengan estimasi waktu pengiriman yang di tentukan, estimasi waktu pengiriman 1-7 hari namun kenyataannya paket sampai tujuan 14 hari.⁴ Kemudian hasil wawancara dari Masitoh bahwa paket

⁴ Desi Rahmadhina, "wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan," 2024.

tidak diantar langsung ke alamat penerima paket, melainkan di jemput ke kantor Pos Indonesia Sigalangan.⁵

Maka dari permasalahan yang terjadi pelanggan tidak puas menggunakan jasa Pos Sigalangan, masyarakat lebih memilih menggunakan jasa pengiriman lain seperti di JNE, J&T, karena alasan utama adalah kemudahan dan kecepatan pengiriman, terutama dalam hal penawaran voucher gratis ongkir pada momen tertentu, yang menarik bagi konsumen, sedangkan di kantor Pos Indonesia Sigalangan kurang fleksibel dalam hal penawaran promosi. Tetapi pelanggan masih tetap menggunakan jasa pengiriman barang PT Pos Sigalangan dikarenakan lokasinya lebih dekat.

Besarnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang, menjadi sebuah celah yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Keberhasilan sebuah perusahaan ekspedisi bukan hanya dari faktor pelanggan saja, namun juga kualitas pengiriman barang dan jaminan yang diberikan. Baik dari sisi harga, keamanan dan ketepatan pengiriman barang menjadi *concern* utama yang perlu menjadi prioritas. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk dalam kepuasan pelanggan. Sebelumnya PT. Pos hanya dikenal pengantar surat saja tetapi PT. Pos sekarang sudah mulai berkembang tidak hanya mengirim surat saja tetapi sudah bisa mengirim

⁵ Masitoh, "wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan," 2025.

barang dari luar negeri atau dalam negeri, tidak hanya itu saja untuk berwirausaha juga bisa seperti jual pulsa, di PT. Pos sudah banyak produk jasa pembayaran seperti PDAM, angsuran TV dan kendaraan, membayar BPJS Kesehatan juga bisa, membeli materai, meleges surat cerai nikah, mengisi token dan pulsa, mengisi wifi, pengiriman uang dari luar negeri, PT.Pos juga bergabung dengan BPTN menawarkan tabungan Batara Pos dan pension PNS, dan lainnya.⁶ Namun penelitian ini membahas tentang pengiriman barang atau paket.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam menentukan keberlanjutan suatu perusahaan. PT Pos Indonesia, sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman terbesar di Indonesia, terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menyediakan asuransi untuk pengiriman barang sebagai bentuk perlindungan terhadap risiko kehilangan atau kerusakan barang selama proses pengiriman.

Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu Perusahaan asuransi dan tertanggung, Dimana Perusahaan asuransi berjanji untuk memberikan ganti rugi atau pembayaran lainnya kepada tertanggung jika terjadi suatu kejadian yang tidak terduga dan tidak diinginkan, seperti kerusakan, dan

⁶ Khairani, "Analisis Perbandingan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia dan PT. JNE Cabang Padangsidempuan," Padangsidempuan: IAIN 2021, hlm. 1.

keterlambatan.⁷ Asuransi pengiriman adalah perusahaan asuransi yang bersedia menanggung resiko atas barang-barang selama dalam pengiriman oleh perusahaan ekspedisi tersebut hingga sampai ketempat tujuan.⁸

Asuransi pengiriman yang ada di PT Pos Indonesia adalah layanan perlindungan untuk pengiriman barang atau dokumen yang bertujuan memberikan jaminan ganti rugi apabila terjadi kehilangan, kerusakan, atau kejadian tak terduga selama proses pengiriman. Asuransi pengiriman barang merupakan suatu kebutuhan yang timbul karena pengangkutan barang atau muatan tidak terlepas dari resiko yang menimbulkan kerugian. Tertanggung yang mengasuransikan objek asuransinya kepada penanggung akan mendapatkan ganti rugi dari pihak penyedia jasa.

Asuransi pengiriman barang menyebutkan bahwa pemakai layanan Pos mempunyai hak memperoleh ganti rugi atas kehilangan barang yang dipaketkan, kerusakan isi paket, keterlambatan dalam penyampaian paket, apabila terjadi hal-hal tersebut maka PT Pos Indonesia diwajibkan untuk memberikan ganti rugi kepada pengguna jasa atas ketidaksesuaian perjanjian dalam pengiriman paket tersebut⁹. Asuransi pengiriman barang merupakan jaminan suatu benda yang dikirimkan melalui kantor Pos yang dimana kecepatan, ketepatan, dan keamanan dokumen, dengan adanya asuransi

⁷ Yosua Alexander Halomoan, "Peran Hukum Asuransi Dalam Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi" Volume 8 (2022). hlm.1

⁸ Marihot Simanjuntak, *Hukum Asuransi dan Reasuransi Di Indonesia*.hlm.23.

⁹ Alfredo Immanuel Laoelang dan Budi Santoso, "Pelaksanaan Asuransi Paket Pos Kilat Khusus pada PT Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus di Kota Kupang)" Volume 17 Nomor 1 (2024).

diharapkan ketika ada hal-hal yang merugikan pelanggan maka akan segera dicarikan solusi terbaiknya.

PT. Pos Indonesia Sigalangan menetapkan asuransi dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun fakta di lapangan bahwasanya konsumen itu menggunakan asuransi pengiriman paket tetapi yang mereka dapatkan ketika ada kerusakan barang atau paket, tidak ada ganti rugi yang diberikan oleh pihak PT Pos Indonesia Sigalangan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal peneliti pada pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan diketahui bahwa para pelanggan masih sedikit memahami pelayanan dengan asuransi pengiriman barang atau paket serta masih bingung dengan harga pengiriman pada PT. Pos Indonesia Sigalangan. Dalam hal ini pegawai kantor pos tidak menjelaskan bahwa setiap paket yang dikirimkan sudah melekat dengan asuransi, sehingga biaya yang dikeluarkan konsumen semakin mahal.

Rendahnya pelayanan dengan asuransi dan harga karena adanya faktor-faktor tertentu, misalnya pada saat pelanggan melakukan pengiriman belum ada jaminan yang didapatkan oleh pelanggan.¹⁰ Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Adanya ketidaksesuaian antara harga, produk, atau jasa dapat membuat ketidakpuasan bagi pelanggannya, jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan Perusahaan yang akan menyebabkan

¹⁰ Arifin, "Wawancara dengan pelanggan PT.Pos Indonesia Sigalangan," 2025.

penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.¹¹

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa.¹² Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang dimiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹³

Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen dan manajer perlu benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Harga ditetapkan dengan tujuan mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang dan mencegah masuknya pesaing, tentu menentukan kepuasan pelanggan untuk membeli ke tempat tersebut.¹⁴

Menurut Kotler dan Armstrong dalam kajiannya Juliani dan Waryono menyatakan harga ialah total pembayaran yang ditetapkan sebuah barang maupun jasa, besaran yang digantikan pelanggan guna memanfaatkan atau menggunakan produk maupun jasa.¹⁵ Harga merupakan Sebagian penentuan pelanggan guna melaksanakan pembelian. Jika Perusahaan dapat memberikan

¹¹ Natasja Hosang, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien," *jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulung*. hlm.160.

¹² Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*.hlm.56.

¹³ Sudiyono, Maris Kurniawati, dan Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.hlm.102.

¹⁴ Dava Tri Agutama Bachtiar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Manajemen* Volume 13,No. 4 (Desember 2024): hlm. 2.

¹⁵ Moh Tamrin, Ukie Tukinah, dan Devi Amelia Putri, "Determinan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *jurnal Capital Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Volume, 6 No 1 (Juli 2024).

harga yang sesuai yang ditawarkan mampu meningkatkan minat berkunjung kembali pelanggan, karena apabila pelanggan menilai sesuai atas nilai yang diberikan tentu mereka hendak berfikir menggunakan jasa Pos tersebut. Harga merupakan biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu barang yang dia inginkan.

Beberapa pelanggan yang menggunakan jasa kantor Pos Indonesia Sigalangan mengirim paket dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan jasa ekspedisi swasta yang menawarkan harga pengiriman lebih murah, hal ini dapat disebabkan oleh persaingan bisnis kurir yang ketat, dimana perusahaan swasta seringkali menawarkan harga yang lebih kompetitif, pelanggan juga mengalami ketidakjelasan tarif dan adanya perbedaan harga antara tarif yang tertera dengan tarif yang dikenakan saat pengiriman.

Dimana harga pengiriman barang perkilo ditentukan oleh waktu, seperti dalam pengiriman paket pos kilat khusus. Pos kilat khusus adalah layanan pengiriman dengan jangkauan yang luas dan dapat digunakan untuk mengirim dokumen, surat, dan barang dagangan online. Aturan berat maksimal kiriman sampai dengan 50 kg dan tariff ditentukan menggunakan berat kiriman aktual (*actual weight*). Permasalahan yang sering muncul dalam pengiriman paket pos kilat khusus adalah besarnya tarif ditentukan oleh berat barang. Semakin beratnya barang maka akan semakin besar juga tarif. Hal ini menyebabkan beberapa dari pelanggan merasa tidak puas terhadap peraturan yang ditetapkan oleh PT Pos Indonesia Sigalangan.

Selain itu, tidak dapat dipungkiri juga bahwa banyak jasa pengiriman lain seperti JNE, J&T yang muncul sebagai pesaing bagi Pos Indonesia Sigalangan ini. Bahkan sekarang lebih banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman lain dari pada PT. Pos Indonesia Sigalangan, bisa saja karena ketentuan waktu pengiriman atau harga pengiriman paket, dokumen yang dikirim bahkan di PT. Pos Sigalangan tidak menerima barang berharga seperti perhiasan (emas, berlian). Berikut akan dijelaskan perbedaan harga yang terdapat pada ekspedisi pengiriman dengan PT. Pos Sigalangan Indonesia berdasarkan tabel di bawah ini:

Tabel I.1
Perbedaan Harga Pengiriman JNE, JNT, dengan PT. Pos Sigalangan

No	Barang	Jarak	Berat	Waktu	Harga		
					JNE	JNT	POS
1.	Pakaian	Kec. Batang Angkola-Kota Jakarta	1 kg	1-7 Hari	Rp.18.000	Rp.15.000	Rp.30.000
2.	Berkas/File	Kec. Batang Angkola-Kota Jakarta	Dikategorikan 1 kg	1-7 Hari	Rp.15.000	Rp. 13.000	Rp.25.000
3.	Skincare	Kec. Batang Angkola-Kota Jakarta	1 kg	1-7 Hari	Rp.24.000	Rp. 20.000	Rp.30.000

Sumber: wawancara dengan pengurus JNE, JNT, dan POS

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat dengan jelas perbandingan harga antara JNE, JNT, dan PT. Pos Sigalangan Indonesia, akibat dari perbedaan harga tersebut menyebabkan orang-orang lebih memilih untuk melakukan pengiriman barang kepada pengiriman yang lebih murah tanpa memikirkan resiko yang dihadapi.

Hasil lain juga didapatkan dari pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan yang mana pengiriman barang yang terkadang masih kurang dari 1 kg namun dibulatkan menjadi harga sama dengan 1 kg serta asuransi barang yang di kirimkan belum ada.¹⁶

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan ditemukan hasil bahwa pelanggan masih kurang puas terhadap asuransi dan harga yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Sigalangan. Berdasarkan rangkaian permasalahan dan inkonsistensi studi terdahulu yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Asuransi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Sigalangan”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dituliskan, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya kepuasan pelanggan pada penerapan asuransi pengiriman di PT Pos Indonesia Sigalangan.
2. Rendahnya kepuasan pelanggan pada penetapan harga di PT Pos Indonesia Sigalangan.
3. Kurangnya pemahaman asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan.

¹⁶ Ibu Masrifah, “wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan,” 2025.

4. Pegawai PT. Pos Indonesia Sigalangan tidak menyebut secara transparan adanya biaya asuransi dalam biaya pengiriman.
5. Pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan merasa dirugikan karna adanya pembulatan harga paket dalam proses penimbangan.

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi, dapat disimpulkan bahwa penerapan asuransi dan penetapan harga yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Sigalangan masih menghadapi sejumlah tantangan yang harus segera diatasi. Dengan memahami permasalahan tersebut secara lebih mendalam, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat guna meningkatkan pemahaman asuransi dan harga demi kepuasan pelanggan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan penelitian ini berfokus pada permasalahan yang akan diteliti dari identifikasi masalah. Maka dalam penelitian ini dibatasi terhadap 3 variabel, yaitu variabel independen atau bebas asuransi (X1), dan harga (X2) serta variabel dependen atau terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Peneliti membatasi masalah hanya pada pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Asuransi (X1), Harga (X2) dan kepuasan pelanggan (Y).

Tabel I. 2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
----------	----------	-----------	-------

Asuransi (X1)	Asuransi adalah layanan perlindungan untuk pengiriman barang atau dokumen yang bertujuan memberikan jaminan Ganti rugi apabila terjadi kehilangan, kerusakan, atau kejadian tak terduga selama proses pengiriman. Perasuransian adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu Perusahaan dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerima premi oleh Perusahaan asuransi sebagai imbalan.	1. Premi 2. Klaim 3. Risiko	Ordinal
Harga (X2)	Harga merupakan biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu barang yang dia inginkan. Harga merupakan total pembayaran yang ditetapkan sebuah barang maupun jasa, besaran yang digantikan pelanggan guna memanfaatkan atau menggunakan produk maupun jasa. Harga adalah Sebagian penentu pelanggan guna melaksanakan pembelian	1. Keterjangkauan 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa 3. Kesesuaian harga dan manfaat	Ordinal
	Kepuasan pelanggan adalah timbul dari	1. Kesesuaian harga 2. Kualitas pelayanan	

Kepuasan pelanggan (Y)	apa yang konsumen inginkan itu sesuai yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dengan diasumsikannya di bawah harapan, maka pelanggan merasa kecewa.	3. Kualitas produk/jasa 4. promosi	Ordinal
------------------------	--	---------------------------------------	---------

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah asuransi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan?
3. Apakah asuransi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan?

F. Tujuan Peneliti

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh asuransi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti, khususnya dalam bidang pemasaran terkait pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

2. Bagi Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini dapat menambah koleksi bacaan, khususnya di perpustakaan Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam bidang Ekonomi Syariah.

3. Bagi PT. Pos Indonesia Sigalangan

Memberikan informasi bagi PT. Pos Indonesia Sigalangan mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk melengkapi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah *a person who buys goods or a services* (seseorang yang membeli suatu barang atau jasa). Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan biasa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.¹⁷

Menurut Tjiptono “kepuasan pelanggan merupakan rasa puas atau kecewa yang didapatkan pelanggan setelah membandingkan kinerja dan hasil produk/jasa yang dirasakan dengan harapan mereka.”¹⁸ Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaian produk atau jasa, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.¹⁹

Menurut Hasan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dirasakan

¹⁷ Firdayanti, “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion,” *Journal of Social and Industrial Psychology*. FP-UNNES Volume. 2 No. 1 (2021): hlm.1-7.

¹⁸ Fandi Tjiptono, *Service Quality and Satisfaction* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020).hlm.46.

¹⁹ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kajian Perilaku Hypermarket 2023)*: hlm.12.

terhadap kinerja yang diharapkan.²⁰ Pelanggan adalah pembeli yang bergantung pada barang atau jasa yang digunakan. Kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.²¹ Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.²² Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan

²⁰ TA. Hariyono, "Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ketupat Kandangan di Banjarmasin," *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 2023. hlm.58.

²¹ Mohammad Arwani, "Peran Karakteristik Individu sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas," *jurnal Sosial dan Budaya* Volume. 4 No 2 (2022): hlm. 67.

²² Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*(2024).

akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas.²³

Kepuasan pelanggan diukur dari seberapa baik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Terpenuhi harapan konsumen

Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sebuah produk barang atau jasa. Merekomendasikan kepada pihak lain. Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari satu kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

b. Kualitas layanan

Dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.

c. Loyal

Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.

d. Lokasi

Tempat dimana perusahaan memperjualbelikan produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen tertentu.²⁴

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh

²³ Mohammad Arwani, "Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas," *jurnal Sosial dan Budaya* Volume. 4 No 2 (2022): hlm.70.

²⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2023): hlm.82.

perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Perusahaan juga harus mempelajari lima jenis pasar pelanggan secara lebih dekat, yaitu:²⁵

- a. Pasar konsumen terdiri dari perorangan dan keluarga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.
- b. Pasar bisnis membeli barang dan jasa untuk memproses lebih lanjut atau untuk digunakan dalam proses produksi perusahaan.
- c. Pasar penjual perantara membeli barang dan jasa untuk dijual kembali demi mendapatkan laba.
- d. Pasar pemerintah terdiri dari badan-badan pemerintah yang membeli barang dan jasa untuk menghasilkan pelayanan umum.
- e. Pasar internasional terdiri dari para pembeli di negara lain, termasuk konsumen, produsen, penjual perantara dan pemerintah.

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, sudah barang tentu harus menyadari tentang kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, menurut Ali Hasan loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan

²⁵ Andriansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Panyabungan" (Skripsi, 2020): hlm. 54.

berulang-ulang.²⁶

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Dan selanjutnya dalam kepuasan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan. Mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli. Kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya: karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misalnya: perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat Istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus melakukan 4 (empat) hal, yaitu antara lain:

²⁶ Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 5, No 3 (2023): hlm.48.

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
- b. Memahami tingkat harapan dan kualitas
- c. Memahami strategi kualitas pelanggan
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Suatu perusahaan perlunya mengidentifikasi pelanggannya, karena kepuasan pelanggan ini tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi. Kepuasan pelanggan dapat berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan. Dalam hal ini perilaku konsumen yang interaktif dapat menjadi alat promosi dari setiap produk-produk perusahaan. Indikator kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Kualitas produk/jasa

Pelanggan akan merasa puas jika produk atau jasa yang mereka terima memenuhi harapan dan kebutuhan mereka.

- b. Kualitas pelayanan

Pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

- c. Kemudahan akses

Kemudahan pelanggan dalam mengakses produk atau jasa, baik secara fisik maupun online, akan meningkatkan kepuasan.

2. Asuransi

Asuransi berasal dari bahasa Latin, "*assurantion*", yang berarti jaminan atau perlindungan. Secara bahasa, asuransi merujuk pada perjanjian atau

kesepakatan antara pihak tertanggung dan Perusahaan asuransi.²⁷ Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu Perusahaan asuransi dan tertanggung, dimana Perusahaan asuransi berjanji untuk memberikan ganti rugi atau pembayaran lainnya kepada tertanggung jika terjadi suatu kejadian yang tidak terduga dan tidak diinginkan, seperti kerusakan, dan keterlambatan.²⁸ Asuransi pengiriman adalah Perusahaan asuransi yang bersedia menanggung resiko atas barang-barang selama dalam pengiriman oleh Perusahaan ekspedisi tersebut hingga sampai ketempat tujuan.²⁹

Asuransi adalah dalam menumbuhkan rasa percaya dari para konsumen, pihak perusahaan memerlukan pengetahuan yang luas, kemampuan dari tiap-tiap pegawai, dan memiliki etika sopan santun.³⁰ Asuransi yang ada di PT Pos Indonesia adalah layanan perlindungan untuk pengiriman barang atau dokumen yang bertujuan memberikan jaminan ganti rugi apabila terjadi kehilangan, kerusakan, atau kejadian tak terduga sesuai dengan nilai harga barang selama proses pengiriman. Asuransi pengiriman barang merupakan suatu kebutuhan yang timbul karena pengangkutan barang atau muatan tidak terlepas dari resiko yang menimbulkan kerugian. Tertanggung yang mengasuransikan objek asuransinya kepada penanggung akan mendapatkan ganti rugi dari pihak penyedia jasa. Asuransi merupakan jaminan suatu benda yang dikirimkan melalui kantor Pos yang dimana kecepatan, ketepatan, dan

²⁷ Gandhi Sulaiman Sitompul dan Zainarti, "Penerapan Asuransi di Kehidupan Masyarakat dalam Lembaga Keuangan bukan Bank," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* Volume 3, No 1 (2025): hlm. 1.

²⁸ Yosua Alexander Halomoan, *Peran Hukum Asuransi Dalam Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi*.hlm.104.

²⁹ Marihot Simanjuntak, *Hukum Asuransi dan Reasuransi Di Indonesia*. hlm.78.

³⁰ Fandi Tjiptono, *Service Quality and Satisfaction*, 2020.hlm.120.

keamanan dokumen.³¹

Asuransi menurut pasal 246 Kitab Undang-undang Hukum Dagang adalah “Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan suatu penggantian padanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak ditentukan.”³²

Dari beberapa penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa asuransi adalah sebuah perusahaan perlu memiliki kemampuan dalam pengetahuan yang luas, dan beretika sopan santun, dengan berkomunikasi yang baik dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan konsumen kepada perusahaan.

Landasan Asuransi dalam Islam antara lain:

a. Al-Quran

Terdapat ayat yang menjelaskan tentang konsep asuransi dan yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi, terdapat dalam Firman Allah QS. Al-Maidah ayat 2:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
 آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ

³¹ Rinitami Njatrijani, Putri Ayu Sutrisno, dan Cantika Assifani Primastito, “Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Badan Pengawas Terhadap Fenomena Gagal Bayar Polis Asuransi di Indonesia” Volume 6, No 2 (Tahun 2024): hlm 149.

³² Purwanto, “Pembaruan Defenisi Asuransi dalam Sistem Hukum di Indonesia”, Volume 2, No. 2.hlm 87-93.

وَالْتَقَوْا وَلَا تَعَاوُنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٥٦﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.³³

Ayat ini menegaskan pentingnya saling tolong-menolong dalam hal kebaikan, yang sejalan dengan prinsip asuransi syariah di mana peserta saling menanggung resiko.

b. Hadist

Nabi Muhammad SAW sangat memperhatikan kehidupan yang akan terjadi dimasa datang (*future time*) dengan cara mempersiapkan sejak dini bekal yang harus diperlukan untuk kehidupan dan keturunan dimasa yang akan datang. Seperti yang dijelaskan Nabi Muhammad dalam hadistnya, yang artinya:

“Janganlah memberikan kemudharatan bagi diri sendiri dan jangan pula memudharati orang lain” (HR. Ibnu Majah dan Dariquthni).

c. Ijma (konsensus ulama)

³³ “Al-Quran Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, Al-Maidah 2” (Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Quran, 2019).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No: 21/DSN-MUI/X/2001: Fatwa ini menegaskan bahwa asuransi syariah diperbolehkan asalkan pengelolaan dan dilakukan sesuai syariat islam.

Indikator Asuransi antara lain:

- a. Premi adalah jumlah uang yang dibayar oleh tertanggung (nasabah) kepada Perusahaan asuransi sebagai imbalan atas pertanggungan yang diberikan. Premi dapat dianalisis dalam berbagai bentuk, seperti jumlah total premi, premi rata-rata per polis, atau pertumbuhan premi.
- b. Klaim adalah permintaan pembayaran dari perusahaan asuransi oleh tertanggung karena kerugian yang dialami sesuai dengan perjanjian polis. Klaim dapat dianalisis berdasarkan jumlah klaim, nilai klaim, atau persentase klaim yang disetujui atau ditolak.
- c. Rasio kerugian adalah perbandingan antara jumlah klaim yang dibayarkan dengan jumlah premi yang diterima. Rasio kerugian memberikan gambaran tentang profitabilitas bisnis asuransi.
- d. Kinerja keuangan mengacu pada kinerja keuangan perusahaan asuransi, termasuk pendapatan, laba, asset, dan kewajiban. Kinerja keuangan dapat diukur melalui berbagai metrik, seperti pertumbuhan pendapatan, margin laba, atau rasio keuangan lainnya.

3. Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga

adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa.³⁴ Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang dimiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³⁵

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.³⁶ Harga adalah salah satu variabel kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar yang sangat kompetitif seperti industri suplemen kebugaran.³⁷

Harga, menurut Kotler dan Keller seperti dikutip oleh Olivia & Ngatno, adalah jumlah uang yang diperlukan untuk membeli barang atau jasa, tetapi juga dapat dilihat sebagai kompromi yang harus dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat darinya. Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjualan. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa.

³⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.(2024).hlm34.

³⁵ Sudiyono, Maris Kurniawati dan Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. hlm.98.

³⁶ Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1: (2024)* hlm.45.

³⁷ Alfariqzi Faliq Munir dan Mirzam Arqy Ahmadi, "Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brand Evolene," *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* Volume3, No. 1 (2025): 3.

Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya.³⁸

Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau *customer*, akhirnya akan berdampak pada lesu atau menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berfikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang di pasaran dengan harga yang telah ditetapkan. Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang di ridhai oleh kedua pihak yang akad.³⁹

³⁸ Swastha, *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan* (Yogyakarta : BPFE, 2019).hlm. 14.

³⁹ Yazied, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Air Irigasi Pertanian” (2023) hlm.30.

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa. Metode penetapan harga secara garis besar dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

a. Metode Penetapan Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan dari pada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam: *customary pricing, above, at, or below market pricing, loss leader pricing, sealed bid pricing*.⁴⁰

Dalam metode penetapan harga ada beberapa tujuan yang harus di pertimbangkan, yaitu:

1. Berorientasi pada laba

Tidak dipungkiri setiap perusahaan menginginkan laba yang besar dari setiap produk yang mereka produksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari perusahaan tersebut.

2. Berorientasi pada volume

Penetapan harga dari sebuah produk, juga mempertimbangkan kepada volume penjualan, nilai penjualan, dan pangsa pasar.

3. Berorientasi pada citra

Citra sebuah perusahaan dapat dilihat dari tingkat harga yang mereka kembangkan. Sebuah perusahaan akan menetapkan harga mahal dari sebuah citra yang besar dari perusahaan yang besar.

4. Stabilitas harga

Pada masa ini stabilitas harga menjadi penilaian tersendiri bagi masyarakat. Apabila sebuah perusahaan satu menurunkan harga produk

⁴⁰ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta; Andi, 2020).

yang hampir sama dengan produk yang diproduksi, maka secara otomatis perusahaan tersebut akan menurunkan harga. Agar dapat bersaing dan agar harga tetap stabil.

Selain tujuan harga terdapat juga unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga, potongan harga, diskon dan periode pembayaran. Berikut ini terdapat dua unsur harga, yaitu tingkatan harga, dan potongan harga.

- a. Tingkatan harga yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, dan kecepatan perkembangan berdasarkan satuan ukur tertentu biaya premi asuransi ataupun beban biaya.
- b. Potongan harga yaitu pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktifitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dan dimaksudkan untuk menarik pelanggan.

Dalam menentukan harga, perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas barang atau jasa bagus, harga tentu juga tinggi, sebaliknya jika seorang mengetahui keburukan yang ada dibalik barang atau jasa yang ditawarkan, harganya disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Jika antara kualitas pelayanan dan penentuan harga tidak disesuaikan, maka hal ini bisa dikaitkan menyimpang dari syariah. Apabila harga tidak sesuai dengan produk dengan tendesi mencari keuntungan bagi pihak produsen atas harga konsumen, maka hal tersebut bertentangan dengan Islam sebagaimana dijelaskan Allah dalam surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾⁴¹

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁴¹

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardawi: “penentuan harga dilihat oleh dua bentuk, ada yang boleh dan ada yang haram *Tas’irada* yang zalim. Itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan. Selanjutnya Qardawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual dengan menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.”⁴² Beberapa indikator yang menunjukkan persepsi harga yaitu:

- a. Keterjangkauan dimana pelanggan dapat mencapai harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya datang dalam beberapa jenis dalam satu merek, dan harga juga berkisar dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

⁴¹ “Al-quran Kemenag RI. Al-Quran dan Terjemahan, An-Nisa 29” (Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Quran, 2019).

⁴² Sri Rahayu, “Pengaruh Persepsi Harga dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Ibnu Sina,” *Jurnal Universitas Islam Negeri Alahuddin Makassar* 1. hlm 25-26.

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk dimana harga sering dipergunakan sebagai patokan kualitas bagi pelanggan, serta pelanggan adakalanya menunjuk harga yang lebih tinggi, pelanggan lebih menjurus berfikir bahwa kualitasnya juga akan lebih baik.
- c. Kesesuaian harga dan manfaat dimana jika manfaat yang dirasakan lebih tinggi atau sama dengan harga yang dibelanjakan guna memperoleh produk, pelanggan dapat memutuskan guna membeli produk tersebut.

Dalam menetapkan harga suatu produk dan jasa perusahaan perlu mempertimbangkan dua faktor berikut yakni:

- a. Faktor internal Perusahaan

Faktor ini berasal dari dalam Perusahaan meliputi:

- 1. Tujuan pemasaran Perusahaan

Semakin jelas tujuan-tujuan dari suatu perusahaan semakin mudah pula perusahaan tersebut dalam menetapkan harganya. Tujuan tersebut dapat berupa maksimilisasi keuntungan bagi perusahaan sendiri, untuk kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, dan meraih kepemimpinan dari kualitas produk, dll.

- 2. Strategi bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Perusahaan juga seringkali menetapkan harga sebagai salah satu indikator dari produk mereka, dimana dalam hal ini harga menjadi faktor yang menentukan pasaran produk, kualitas produk, dan rancangan produk.

3. Biaya

Biaya menjadi dasar dari suatu perusahaan dalam menetapkan harga dari produk yang ia hasilkan supaya tidak mengalami kerugian.

4. Pertimbangan organisasi

Perusahaan-perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. Sedangkan dalam perusahaan berskala besar, penetapan harga biasanya dilakukan oleh divisi-divisi atau lini produk.

b. Faktor Eksternal

1. Pasar dan permintaan

Sebelum penetapan harga, seseorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dengan pasar dan permintaan atas produknya.

2. Persaingan

Kebebasan perusahaan dalam menentukan harga itu tergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda. Apakah pasar tersebut merupakan pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopoli, pasar persaingan oligopoli, pasar persaingan monopoli murni.

c. Faktor eksternal lainnya

Dalam menetapkan harga perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain diluar perusahaan seperti, keadaan ekonomi, inflasi, tingkat suku bunga acuan. Karena beberapa faktor ini dapat mempengaruhi biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai dari suatu produk.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam mendukung kajian mengenai pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini, yaitu:

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Judul/Tahun	Hasil Peneliti
1.	Erni, Pengaruh Kepercayaan Assurance, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Thony Tanjungpinang, (2020).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan, Assurance dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Thony Tanjungpinang. ⁴³
2.	Irwana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar, (2020).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan karyawan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan kata lain, perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik jika ingin terus mendapatkan keuntungan dari kepuasan konsumen tersebut. ⁴⁴
3.	Dwi Suko Winarno, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab. Pati), (2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tersebut. ⁴⁵
4.	Resky Ayu, Pengaruh Kualitas	Hasil penelitian menunjukkan

⁴³ Erni, "Pengaruh Kepercayaan Assurance, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Tanjungpinang" (Skripsi, 2020) hlm.45.

⁴⁴ Irwana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya TBK di Makassar" (Skripsi, 2020) hlm.53.

⁴⁵ Dwi Suko Winarno, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab, Pati)" (Skripsi, 2020) hlm 39.

	Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang, (2020).	bahwa Tangible (x1), Responsiveness (x3), Assurance (x4), dan Empathy (x5) tidak memiliki pengaruh yang positif, dan hanya variabel realibility (x2) yang memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 atau 0,6%. ⁴⁶
5.	Sri Marwah Ritonga, Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan,	Hasil penelitian ini yaitu variabel-variabel pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Pada uji hipotesis tangible, responsiveness, assurance dan emphaty berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan uji hipotesis reliability memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji simultan dengan uji F, Maka nilai F tabel dengan $df_1 = 5$, $df_2 = 80$ dan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 adalah 2,328. Diketahui nilai F hitung $20,587 > F$ tabel 2,328 dan nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. ⁴⁷
6.	Rahmi Maulina, Pengaruh	Hasil penelitian ini yaitu kualitas

⁴⁶ Resky Ayu, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang" (Skripsi, 2020) hlm 67.

⁴⁷ Sri Marwah Ritonga, "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan" (Skripsi, 2020) hlm 56.

	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah, (2021).	pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa menjahit pada CV. Kuta Alam Tailor. Melalui pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai $R=0,769$ yang artinya terdapat hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa menjahit pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh. Hasil uji signifikansi secara parsial menyatakan bahwa daya tanggap, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan keandalan dan jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pada CV. Kuta Alam Tailor. ⁴⁸
7.	Azizah Elsyifa, Analisis Pengaruh Tangible, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Muamalat KCU Palembang), (2022)	Hasil penelitian ini yaitu variabel tangible, responsiveness dan assurance berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah, variabel kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, tangible, responsiveness dan assurance berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah serta tangible, responsiveness dan assurance berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah

⁴⁸ Rahmi Maulina, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah" (Skripsi, 2021) hlm 49.

		yang di mediasi oleh kepuasan nasabah. ⁴⁹
8	Darma, Faizal Setia dan Anggraeni, Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket Pos Berasuransi PT Pos Indonesia (PERSERO) (Studi Kasus KCU Pos Indonesia Asia Afrika), (2023).	Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indonesia. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas asuransi barang Pos Indonesia terhadap kepuasan konsumen di Indonesia. Variabel dalam penelitian ini adalah harga asuransi barang Pos Indonesia (X1), Kualitas jasa asuransi barang Pos Indonesia (X2) DAN Kepuasan pelanggan (Y). ⁵⁰
9	Puput Tri Hantoro, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan pelanggan dan Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo (PERSERO) studi kasus di Pelabuhan Tanjung Intan, Gresik, dan Tanjung Perak. (2025)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra Perusahaan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Pelindo. ⁵¹
10	Muhammad Isa, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan	Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. ⁵²

⁴⁹ Azizah Elsyifa, "Analisis Pengaruh Tangible, Responsiveness dan Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (studi kasus Bank Muamalat KCU Palembang)" (Skripsi, 2022) hlm. 47.

⁵⁰ Darma, Faizal Setia, dan Anggraeni, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket Pos Berasuransi PT Pos Indonesia (PERSERO) (Studi Kasus KCU Pos Indonesia Asia Afrika)," *Jurnal*, 2023. hlm. 45.

⁵¹ Puput Tri Hantoro, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan pelanggan dan Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo (PERSERO) studi kasus di Pelabuhan Tanjung Intan, Gresik, dan Tanjung," *Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 8 No 2 (2025) hlm. 53.

⁵² Muhammad Isa "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Islam*. hlm. 42.

	Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) cabang Sibolga.	
--	--	--

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

- a. Penelitian Erni (2020) berjudul "Pengaruh Kepercayaan Assurance, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Thony Tanjungpinang".⁵³ Penelitian terdahulu melakukan penelitian di kantor pajak. Sementara dalam penelitian ini melaksanakan penelitian di PT. Pos Indonesia Sigalangan.
- b. Penelitian Irwana (2020) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar".⁵⁴ Penelitian ini melaksanakan penelitian di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Sementara dalam penelitian ini melaksanakan penelitian di PT. Pos Indonesia Sigalangan.
- c. Penelitian Dwi Suko Winarno (2020) berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab. Pati)".⁵⁵ Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel. Sementara penelitian ini menggunakan 3 variabel.
- d. Penelitian Reski Ayu (2020) berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten

⁵³ Erni, "Pengaruh Kepercayaan Asuransi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Thony Tanjungpinang" (Skripsi, 2020).hlm. 45.

⁵⁴ Irawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK di Makassar" (Skripsi, 2020).hlm. 53.

⁵⁵ Dwi Suki Winamo, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab. Pati)" (Skripsi, 2020).hlm. 80.

Enrekang”.⁵⁶ Penelitian ini di laksanakan di PT. Bank Rakyat Indonesia. Sementara penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia Sigalangan.

- e. Sri Marwah Ritonga (2020) “Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan”.⁵⁷ Penelitian ini memiliki variabel yang berbeda dengan penelitian yang akan di teliti.
- f. Rahmi Maulina (2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah”.⁵⁸ Penelitian ini dilaksanakan di CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh. Sementara penelitian yang akan di teliti berlokasi di PT. POS Indonesia Sigalangan.
- g. Penelitian oleh Azizah Elsyifa (2022) “Analisis Pengaruh Tangible, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Muamalat KCU Palembang)”. Penelitian ini di laksanakan di Bank Muamalat KCU Palembang. Sementara penelitian peneliti berlokasi di Sigalangan.
- h. Darma, Faizal Setia dan Anggraeni (2023) berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket Pos Berasuransi PT Pos Indonesia (PERSERO) (Studi kasus KCU Pos Indonesia

⁵⁶ Reski Ayu, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang” (Skripsi, 2020).hlm.43.

⁵⁷ Sri Marwah Ritonga, “Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan.”(2020) hlm.38.

⁵⁸ Rahmi Maulina, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah.”(2021) hlm. 56.

Asia Afrika), penelitian ini dilaksanakan di Pos Indonesia, sedangkan penelitian ini dilaksanakan di PT Pos Indonesia Sigalangan.⁵⁹

- i. Puput Tri Hantoro (2025) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo (PERSERO) (studi kasus di Pelabuhan Tanjung Intan, Gresik, dan Tanjung Perak). Penelitian ini memiliki variabel yang berbeda dengan penelitian yang akan diteliti.⁶⁰
- j. Muhammad Isa, berjudul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang menggunakan jasa angkutan penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) cabang Sibolga. Penelitian ini memiliki variabel yang berbeda dengan penelitian yang akan diteliti.⁶¹

C. Kerangka Berpikir

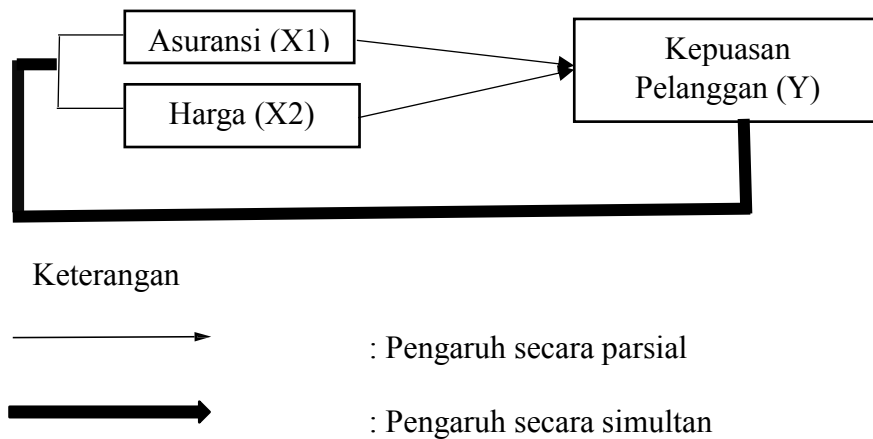
Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang diteliti. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

⁵⁹ Darma, Faizal Setia, dan Anggraeni, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket Pos Berasuransi PT Pos Indonesia (PERSERO) (Studi Kasus KCU Pos Indonesia Asia Afrika)." (2022) hlm.68.

⁶⁰ Puput Tri Hantoro, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan pelanggan dan Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo (PERSERO) studi kasus di Pelabuhan Tanjung Intan, Gresik, dan Tanjung."(2025) hlm.41.

⁶¹ Muhammad Isa "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Islam*.(2023) hlm.28.

Gambar II. 1
Kerangka pikir



Dari gambar diatas dapat dilihat kerangka pikir dari penelitian ini adalah X1 (Asuransi) berpengaruh secara parsial terhadap Y (Kepuasan Pelanggan), X2 (Harga) berpengaruh secara parsial terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dan X1 (asuransi) dan X2 (harga) berpengaruh secara simultan terhadap Y (kepuasan pelanggan).

D. Hipotesis penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang dapat diperkirakan secara logis antara dua variabel atau lebih yang ditunjukkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sebagai jawaban sementara peneliti sehubungan dengan permasalahan yang telah dirumuskan maka hipotesis pada penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Ha₁: Terdapat pengaruh Asuransi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.

Pos Indonesia Sigalangan.

Ha₂: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

Ha₃: Terdapat pengaruh Asuransi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di Kelurahan Sigalangan Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Kode Pos 22733. Adapun waktu penelitian ini dilakukan yaitu sejak diterbitkannya izin penelitian sampai data diperoleh, yaitu April 2025 sampai Juli 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur secara statistik dari suatu pengukuran. Penelitian kuantitatif juga dianggap sebagai penelitian untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis menggunakan prosedur-prosedur statistik.⁶²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶³ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman barang atau paket.

⁶² Nur Fadilah Amin, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian" Volume. 14 No. 1 (Juni 2023): hlm. 16.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm. 106.

Dalam hal ini tidak tersedia data jumlah pelanggan pengiriman barang atau paket secara rinci di kantor Pos Sigalangan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶⁴ Karena dalam penelitian ini adanya keterbatasan dalam waktu, biaya, maupun tenaga untuk meneliti semua anggota populasi, maka tidak memungkinkan mengambil sampel dari populasi yang ada. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah Teknik penemuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang atau paket di PT Pos Indonesia Sigalangan.⁶⁵

Sedangkan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z = Nilai Standar distribusi sesuai nilai pada $\alpha=5\%=1,96$

P = Estimasi Proporsi Populasi dipakai =50% (0,5)

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.48.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.23.

d = interval/penyimpangan.alpa (0,1) atau sampling eror = 10%

perhitungan :

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)}{d^2}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0.01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan di ambil minimal sebanyak 96,04 maka dibulatkan menjadi 96 responden, dalam hal ini angket yang disebarkan oleh peneliti adalah 96 dan ditambah cadangan 10 dengan tujuan apabila yang 96 ini ada sebagian yang tidak mengisi penuh maka diambil dari cadangan.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode perhitungan kuisioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap atau objek tertentu dengan menggunakan angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut:

Tabel III.1
Skor Skala Pengukuran

Alternatif Jawaban	Pertanyaan Skor Likert
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun jumlah butiran kisi-kisi pertanyaan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel III.2
Kisi-kisi Kuesioner

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pertanyaan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian harga	• Saya merasa harga yang saya bayar sesuai estimasi. • Saya merasa harga yang saya bayar menjamin keamanan paket.
	2. Kualitas Pelayanan	• Petugas kantor pos Sigalangan ramah dalam melayani saya. • Proses antrian di kantor Pos Sigalangan cepat sesuai dengan harapan saya. • Pelanggan kantor Pos Sigalangan dilayani sesuai antrian.
	3. Kualitas Produk/Jasa	• Petugas kantor Pos Sigalangan menjelaskan asuransi pengiriman produk.
	4. Promosi	• Kantor Pos Sigalangan sering mengadakan kegiatan promosi. • Saya merasa promosi

		yang ditawarkan mudah dipahami.
Asuransi (X1)	1. Premi	• Besarnya premi dikantor Pos Sigalangan disampaikan dengan jelas. • Sistem premi dikantor Pos Sigalangan transparan.
	2. Klaim	• Keputusan klaim asuransi pengiriman barang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. • Proses klaim asuransi pengiriman paket mudah dilakukan.
	3. Risiko	• Menurut saya besarnya premi sesuai dengan risiko kerugian. • Setiap kerugian yang dialami pelanggan diganti oleh asuransi.
Harga (X2)	1. Keterjangkauan	• Saya merasa harga yang ditetapkan masih wajar. • Harga yang ditetapkan tidak memberatkan saya. • Harga yang ditetapkan kantor Pos Sigalangan mampu bersaing dengan harga pada Perusahaan lain yang sejenis.
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas	• Harga yang ditetapkan sebanding dengan layanan yang diterima.

	produk/jasa	• Biaya yang dikeluarkan menjamin paket yang dikirim.
	3. Kesesuaian harga dan manfaat	• Harga pengiriman sesuai dengan manfaat yang diterima.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan awal yang harus dilakukan dari suatu penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer:

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari observasi dan kuesioner. Teknik Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan memudahkan peneliti. Dalam penelitian ini Instrumen pengumpulan data yang digunakan diantaranya:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) merupakan sekumpulan pertanyaan yang terstruktur yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data dari responden terkait dengan pribadinya maupun hal-hal lain yang terkait sebuah materi penelitian tersebut.⁶⁶

2. Wawancara

Wawancara adalah keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, dan dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara

⁶⁶ Eko Nugroho, *Prinsip-prinsip Menyusun Kuisisioner* (Malang: UB Press, 2019).hlm.12.

langsung kepada subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Dalam hal ini penelitian mewawancarai informan untuk mengumpulkan data tentang gambaran umum perusahaan, sejarah, struktur organisasi, dan sebagainya.

F. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Uji validitas instrument digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel, dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrument. Tinggi atau rendahnya validitas akan menunjukkan ketepatan butir instrument dalam mengukur apa yang hendak diukur. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $> 0,1$ (10%) maka item dapat dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.⁶⁷ Uji validitas dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran untuk menunjukkan hasil pengukuran apakah tetap konsisten atau tidak apabila diukur berulang kali dengan alat ukur yang sama. Uji Reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrument dapat dipakai lebih dari sekali atau tidak dengan hasil data yang tetap konsisten dan sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai

⁶⁷ Susilo, *Pengujian Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2022).hlm.19.

Cronbach Alpha > 0,06 maka butir angket dinyatakan reliabel.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Pengambilan keputusan dari uji normalitas yang menggunakan metode uji *Kolmogrov-Smirnov*.⁶⁸

Kriteria pengujian *kolmogrov-smirnov* yaitu:

- a) Jika nilai Sig > 0,1 maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai Sig < 0,1 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi dimana terjadinya korelasi yang kuat diantara variable bebas. Uji multikolinearitas adalah 2 variabel independent atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna. Cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat hasil nilai Toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Dengan pengambilan Keputusan, apabila nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

⁶⁸ Rahmawati, Sa'adah, dan Chabib, "Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan," *jurnal Ekonomi* Volume. 1 No. 1 (2020): hlm. 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah terjadinya ketidak samaan varian residual pada model regresi. Untuk model regresi yang baik adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Terdapat metode pengambilan Keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan melakukan uji glejser pada aplikasi SPSS. Uji glesjer dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Jika hasil output uji glejser terlihat $> 0,1$ tingkat signifikansinya maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan linear antara dua variabel atau lebih, variabel independen (asuransi dan harga) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen asuransi (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) apakah berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁶⁹ Secara umum, model regresi berganda untuk populasi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

⁶⁹ Zulaika Matondang dan Hamni Fadila Nasution, *Praktik Analisis Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021).hlm.38.

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi

b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Asuransi

X_2 = Harga

e = Error

Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS *Statistic version 26*.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Dengan melihat besarnya nilai R Square (R^2) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) makin semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menghitung koefisien determinasi yaitu rumusnya sebagai berikut. Koefisien Determinasi = $R^2 \times 100\%$ dari angka koefisien determinasi (R^2) ini dapat dianalisis persentase kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dan melihat signifikansi dari koefisien regresi suatu model. Uji parsial dalam penelitian ini menggunakan nilai *level of significance* (α) 0,1, dimana dapat dinyatakan berpengaruh parsial apabila nilai signifikansi dari $t_{hitung} < 0,1$.⁷⁰

- 1) Jika nilai signifikansi variabel $< 0,1$, maka H_a diterima. Hal ini berarti variabel independent secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi variabel $> 0,1$ maka H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independe secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Simultan)

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F (simultan) dapat diketahui dengan menggunakan hasil olah data SPSS pada tabel ANOVA, jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_{a3} diterima. Hal ini berarti variabel independent secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁷⁰ Setiawan, "Financial Engineering pada BUMD Air Minum," *Jurnal Ilmiah Ekonomi* Volume. 2 No. 1 (2021): hlm. 54.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Pos Indonesia Sigalangan

1. Sejarah singkat PT Pos Indonesia Sigalangan

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini bentuk badan usaha pos Indonesia merupakan Perseroan terbatas yang sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha pos Indonesia ini berdasarkan peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1995. Peraturan pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa Perusahaan umum (perum) menjadi sebuah Perusahaan (Persero).

PT Pos Indonesia Sigalangan terletak di Sigalangan, Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara 22772. Lokasi ini sangat mudah di untuk dijangkau karena karena tempat kantornya dekat dari pasar Sigalangan (poken hari jum'at), Rumah sakit umum daerah (RSUD) Pintu Padang Tapanuli Selatan, SMA Negeri 1 Pintu Padang, SMP Negeri 1 Batang Angkola. Jumlah karyawan pada PT Pos Sigalangan sebanyak 2 orang (karyawan tetap dikantor dan karyawan pengantar barang). Fasilitas yang terdapat pada PT Pos Indonesia Sigalangan antara lain 2 unit komputer, 1 unit timbangan untuk menimbang barang/paket, meja dan kursi.

2. Visi dan Misi PT Pos Indonesia Sigalangan

a. Visi

Menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan surat, paket, dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya.

b. Misi

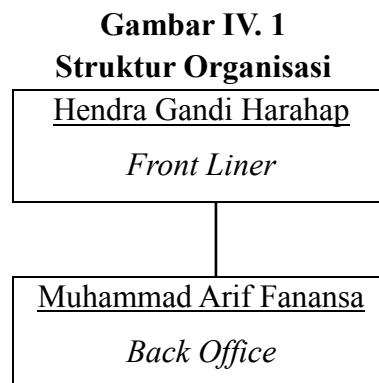
- 1) Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik.
- 2) Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi.
- 3) Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh.
- 4) Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat.
- 5) Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi

Seperti perusahaan lainnya PT. Pos Indonesia Sigalangan juga memiliki struktur organisasi yang terarah sehingga memudahkan dalam melaksanakan tugas serta tanggung jawab. Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab, serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam

mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Adapun struktur organisasi PT Pos Indonesia Sigalangan dapat dilihat pada gambar dibawah:



4. Uraian Pekerjaan

Untuk menjamin kelancaran pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian, maka peran struktur organisasi sangat diperlukan. Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab yang terdapat di PT Pos Indonesia Sigalangan yaitu:

a. *Front Liner* (Bagian Locket)

Melayani pelanggan Ketika mau mengirim uang, paket, barang, pembelian materai atau pematraian dan mengontrol keluar masuknya uang untuk kepentingan perusahaan.

b. *Back Office* (Bagian Operasional)

Mengecek barang-barang yang keluar masuk dan mengantar surat, paket kiriman sampai ketujuan.

5. Produk dan Layanan

Ada beberapa produk dan layanan pada PT Pos Indonesia Sigalangan antara lain sebagai berikut

a. Surat dan Paket

Layanan ini meliputi pengiriman surat dan paket/ barang ke regional domestik dan internasional.

b. Logistik

Adapun layanan yang diberikan pos logistic yaitu transportasi, pergudangan, *Freight Forwarding*, jasa kepabeanan dan *Regulate agent*.

c. Jasa Keuangan

Layanan jasa keuangan yang ditawarkan PT Pos Indonesia yaitu seperti remitansi, giro pos, pospay, *fun dintribution* dan bank *channeling*.

d. Ritel

Bisnis ritel PT Pos Indonesia meliputi seluruh transaksi di loket dari seluruh kantor Pos dan agen Pos yang tersebar diseluruh Indonesia.

B. Deskripsi Data Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman barang/paket dengan jumlah 96 orang yang kemudian dijadikan sampel. Pada penelitian ini pengambilan data primer terhadap responden menggunakan angket yang kemudian disebarkan kepada pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan yang

menggunakan jasa pengiriman barang/paket. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1
Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	31,25%
Perempuan	66	68,75%
Total	96	100%

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur.⁷¹ Uji validitas digunakan untuk menguji kuisioner yang dibuat valid atau tidak. jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 10% maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

a. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Tabel IV. 2
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,858	Instrumen valid jika $r_{hitung} \text{ positif} \geq r_{tabel}$ untuk $df = n-2 (96-2) = 94$ dengan taraf signifikan 10%, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1689	Valid
Y.2	0,899		Valid
Y.3	0,882		Valid
Y.4	0,895		Valid
Y.5	0,888		Valid
Y.6	0,883		Valid
Y.7	0,890		Valid
Y.8	0,879		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

⁷¹ Noor, *Metodologi Penelitian* (Skripsi, Tesis, dan disertai Karya Ilmiah).hlm.26.

Bedasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut meneunjukkan bahwa seluruh item kusioner untuk variabel Y dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Asuransi

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Asuransi

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,905	Instrumen valid jika r_{hitung} positif $\geq r_{tabel}$ untuk $df = n-2$ ($96-2$) = 94 taraf dengan taraf signifikan 10%, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1689	Valid
X1.2	0,873		Valid
X1.3	0,901		Valid
X1.4	0,884		Valid
X1.5	0,888		Valid
X1.6	0,880		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Bedasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas variabel Asuransi (X1) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut meneunjukkan bahwa seluruh item kusioner untuk variabel X1 dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Harga

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,878	Instrumen valid jika r_{hitung} positif $\geq r_{tabel}$ untuk $df = n-2$	Valid
X2.2	0,903		Valid
X2.3	0,856		Valid

X2.4	0,903	(96-2) = 94 dengan taraf signifikan 10%, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1689	Valid
X2.5	0,881		Valid
X2.6	0,860		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas variabel Harga (X2) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner untuk variabel X2 dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Adapun teknik yang peneliti gunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian dengan teknik *Cronbach Alpha*, bila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, maka instrumen kuesioner dinyatakan reliabel.

a. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Tabel IV. 5
Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
.959	8	Reliabel

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu (0,959 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa item kuesioner Kepuasan Pelanggan adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Asuransi

Tabel IV. 6
Uji Reliabilitas Asuransi

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
.941	6	Reliabel

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu (0,941 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa item kuesioner variabel Asuransi adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas Harga

Tabel IV. 7
Uji Reliabilitas Harga

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
.941	6	Reliabel

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu (0,941 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa item kuesioner variabel Harga adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Jika signifikanya > 0,1 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0,1 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel IV. 8
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55229103
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.054

	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikan pada tabel *one sample kolmogrov smirnov* adalah sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi $> 0,10$ yaitu ($0,200 > 0,10$), maka nilai residual terdistribusi normal, karena data telah normal maka syarat pokok untuk analisis parametrik telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ASURANSI	.962	1.040
	HARGA	.962	1.040

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk X1 sebesar $1,040 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X1 yaitu $0,962 > 0,1$. Pada variabel X2 sebesar $1,040 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X2 yaitu $0,962 > 0,1$ jadi dapat ditarik Kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Gambar IV.10
Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.586	.364		1.606	.020
	ASURANSI	-.087	.060	-.580	-1.443	.471
	HARGA	.115	.063	.732	1.824	.690

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Glejser bahwa nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual $> 0,1$ dimana nilai signifikan variabel Asuransi (X1) $0,471 > 0,1$ dan variabel Harga (X2) $0,690 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel asuransi (X1), harga (X2), terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Berikut temuan dari hasil pengujian menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel IV.11
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
(Constant)		.149	.612		.244

ASURANSI	.594	.101	.458	5.872	.000
HARGA	.724	.106	.532	6.821	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, maka diperoleh persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

$$Y = 0,149 + 0,594 X_1 + 0,724X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai Konstanta sebesar 0,149 artinya apabila variabel Asuransi dan Harga bernilai 0 maka Kepuasan Pelanggan nilainya 0,149 satuan.
- Nilai Koefisien Regresi variabel Asuransi sebesar 0,594 artinya apabila variabel Asuransi meningkat 1 satuan, maka variabel Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,594 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Asuransi dengan Kepuasan Pelanggan.
- Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,724 artinya apabila variabel harga meningkat 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,724 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai koefisien bernilai positif artinya hubungan positif antara variabel Harga dengan Kepuasan Pelanggan.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.12
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.964	.963	1.569
a. Predictors: (Constant), HARGA, ASURANSI				

Sumber: Data diolah dari SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,963. Hal ini berarti variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh sebesar 96,3% terhadap variabel Y. Sisanya 3,7% dipengaruhi variabel lain. Dalam hal ini, penelitian memperkirakan bahwa sisa pengaruh tersebut berasal dari faktor-faktor lain yang belum diteliti, seperti kualitas pelayanan, kecepatan, keandalan dan kemudahan akses.

b. Uji t Parsial (t)

Tabel IV.13
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.149	.612		.244	.808
	ASURANSI	.594	.101	.458	5.872	.000
	HARGA	.724	.106	.532	6.821	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber: Data diolah dari SPSS 26

- 1) Dari tabel diatas didapatkan hasil t_{hitung} 5.872 sedangkan t_{tabel} dengan $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah

variabel independen, jadi $df = 96-2-1 = 93$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,367$. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.872 > 2,367$). Kemudian, dari hasil pengujian hipotesis (uji t) pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Asuransi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,1. Hal tersebut berarti bahwa variabel Asuransi secara parsial memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan atau H_{a1} diterima.

- 2) Dari tabel diatas didapatkan hasil t_{hitung} 6.821 sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1 = 96-2-1 = 93$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,367$. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.821 > 2,367$). Kemudian, dari hasil pengujian hipotesis (uji t) pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Harga yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,1. Hal tersebut berarti bahwa variabel Harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan atau H_{a2} diterima.

c. Uji F (Simultan)

Tabel IV.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6166.327	2	3083.163	1252.592	.000 ^b
	Residual	228.913	93	2.461		
	Total	6395.240	95			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, ASURANSI						

Sumber: Data diolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas, analisis varian (ANOVA) ditampilkan hasil uji F yang dipergunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (asuransi dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara simultan (secara bersama-sama). Dan tabel diatas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 1252.592. Sedangkan F_{tabel} dengan $df = n - k - 1$, Dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 96 - 2 - 1 = 93$ sehingga diperoleh $F_{tabel} = 2,76$. Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1252.592 > 2,76$), dapat disimpulkan bahwa H_{a3} = diterima atau dengan kata lain variabel Asuransi (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penjelasan dari setiap pengaruh variabel dijelaskan dibawah ini:

1. Pengaruh asuransi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel asuransi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia Sigalangan.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa Asuransi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.872 > 2,367$). Kemudian hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel

asuransi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,1. Hal tersebut berarti bahwa variabel asuransi secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irwana dengan judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan karyawan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan kata lain, perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik jika ingin terus mendapatkan keuntungan dari kepuasan konsumen tersebut.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,821 > 2,367$). Kemudian hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel harga yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,1. Hal tersebut berarti bahwa variabel harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Erni dengan judul penelitian pengaruh kepercayaan assurance dan harga terhadap kepuasan pelanggan kantor konsultan pajak Thony Tanjungpinang dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

kepercayaan, assurance dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kantor konsultan pajak Thony Tanjungpinang. Pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman barang di kantor Pos Indonesia Sigalangan dengan harga pengiriman barang yang ditetapkan lebih mahal dari jasa pengiriman lainnya, dikarenakan lokasi kantor Pos Indonesia Sigalangan lebih dekat dan tidak memakan waktu.

3. Pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan

Dari hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa asuransi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil pengujian uji statistic F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1252.592 > 2,76$). Dengan diperoleh hasil nilai Sig adalah $< 0,000$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima atau dengan arti lain variabel Asuransi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini berpengaruh pada pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan karena selalu memperhatikan kepuasan pelanggan baik dalam asuransi maupun harga. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Andriansyah dengan judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Panyabungan dengan hasil penelitian menunjukkan kecenderungan yang tidak sama antara pelayanan dan harga yang memiliki pengaruh negative terhadap

kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia Panyabungan, sehingga untuk memperoleh kepuasan pelanggan, maka PT Pos Indonesia Panyabungan harus meningkatkan pelayanan dan menurunkan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia Panyabungan.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah yang dibuat secara hati-hati agar menghasilkan secara optimal. Namun mencapai hasil yang sempurna sangat sulit karena dalam pelaksanaannya terdapat beberapa keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. Dimana masih banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan namun peneliti hanya menggunakan variabel Asuransi dan Harga.
2. Objek penelitian ini hanya difokuskan kepada seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan yang mengirim di PT. Pos Indonesia Sigalangan.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda, tiap responden. Faktor ini seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
4. Keterbatasan pengetahuan responden, beberapa responden mungkin memiliki pengetahuan terbatas tentang konsep kepuasan pelanggan terhadap pertanyaan kurang akurat.

5. Instrument pengukuran, kuesioner yang digunakan mungkin memiliki keterbatasan dalam mengukur secara mendalam konsep-konsep abstrak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan:

1. Ada pengaruh asuransi terhadap kepuasan pelanggan di kantor Pos Sigalangan, karena diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.872 > 2,367$) artinya positif dan nilai pada kolom Sig 0.000 $< 0,1$ artinya signifikan.
2. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di kantor Pos Sigalangan, karena diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.821 > 2,367$) artinya positif dan nilai pada kolom Sig 0.000 $< 0,1$ artinya signifikan.
3. Ada pengaruh asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di kantor Pos Indonesia Sigalangan, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1252.592 > 2,76$) artinya positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa asuransi dan harga secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi merupakan suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan dari suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai asuransi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Sigalangan. Berdasarkan Kesimpulan yang telah ditarik dari hasil penelitian maka implikasinya adalah sebagai berikut:

1. Perbaikan dan Pengembangan Asuransi

PT. Pos Indonesia Sigalangan perlu terus meningkatkan asuransi pengiriman barang, baik itu dari segi kerusakan barang ataupun kehilangan barang. Dengan demikian, pelanggan akan merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali.

2. Penetapan Harga yang Sesuai

Harga yang sesuai dengan berat barang yang akan dikirimkan bisa menambah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu harga penetapan harga yang sesuai dengan berat barang perlu dilakukan untuk menambah kepuasan pelanggan.

3. Kolaborasi antara Pemerintah dan PT. Pos Indonesia Sigalangan

Pemerintah Indonesia dapat mendukung dengan terus menerus melaksanakan penyaluran bantuan sosial melalui PT. Pos Indonesia Sigalangan, karena dengan begitu masyarakat akan datang ke PT. Pos Indonesia dan secara tidak langsung menjadi pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan maka peneliti dapat memberikan saran kepada PT. Pos Indonesia Sigalangan:

1. PT. Pos Indonesia Sigalangan perlu memberikan saran mengenai asuransi dan harga barang yang lebih transparan dan terjangkau untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
2. PT. Pos Indonesia Sigalangan perlu meningkatkan layanan pelanggan dan perluasan jangkauan layanan untuk memastikan ketersediaan dan kemudahan akses bagi semua kalangan.
3. PT. Pos Indonesia Sigalangan perlu lebih aktif mensosialisasikan manfaat asuransi pengiriman barang kepada masyarakat. Informasi yang jelas mengenai asuransi yang tersedia, cara klaim, dan premi yang dikenakan perlu disampaikan secara mudah dipahami

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizqi Faliq Munir, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brand Evolene. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis, Volume3, No. 1, 3*.
- Alfredo Immanuel Laoelang, & Budi Santoso. (2024). *Pelaksanaan Asuransi Paket Pos Kilat Khusus pada PT Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus di Kota Kupang). Volume 17 Nomor 1*.
- Alma, B. (2020). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. hlm. 105.
- Al-Quran Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, Al-Maidah 2*. (2019). Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Quran.
- Al-quran Kemenag RI. Al-Quran dan Terjemahan, An-Nisa 29*. (2019). Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Quran.
- Arifin. (2025). *Wawancara dengan pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan*.
- Astrid Puspaningrum. (2023). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Kajian Perilaku Hypermarket*.
- Astrid Puspaningrum. (2024). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kajian Perilaku Hypermarket)*.
- Azizah Elsyifa. (2022). *Analisis Pengaruh Tangible, Responsiveness, dan Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Bank Muamalat KCU Palembang*. Skripsi.
- Azizah Elsyifa. (2022). *Analisis Pengaruh Tangible, Responsiveness dan Assurance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (studi kasus Bank Muamalat KCU Palembang*. Skripsi.
- Darma, Faizal Setia, & Anggraeni. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket Pos Berasuransi PT Pos Indonesia (PERSERO) (Studi Kasus KCU Pos Indonesia Asia Afrika). *Jurnal*.
- Dava Tri Agutama Bachtiar. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Volume13, No. 4*, hlm. 2.
- Desi Rahmadhina. (2024). *Wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan*.
- Dwi Priyanto. (2020). *SPSS 22 Pengolaan Data tREPRAKTIS*. Yogyakarta: ANDI.

- Dwi Suki Winamo. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab. Pati)*. Skripsi.
- Dwi Suko Winarno. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Indo Tama 08279 Kec. Winong, Kab. Pati)*. Skripsi.
- Eko Nugroho. (2019). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuisisioner*. Malang: UB Press.
- Erni. (2020a). *Pengaruh Kepercayaan Assurance, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Tanjungpinang*. Skripsi.
- Erni. (2020b). *Pengaruh Kepercayaan Asuransi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Konsultan Pajak Thony Tanjungpinang*. Skripsi.
- Fandi Tjiptono. (2020a). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandi Tjiptono. (2020b). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandi Tjiptono. (2020c). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta; Andi.
- Firda Ayu Diah Safitri, Rike Kusuma Wardhani, & Mawar Ratih Kusumawardani. (2024). Pengaruh Daya Tarik Produk Halal, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Snack di UD. Adi Putra Perkasa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Firdayanti. (2021). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion. *Journal of Social and Industrial Psychology*. FP-UNNES, Volume. 2 No. 1, hlm.1-7.
- Gandhi Sulaiman Sitompul, & Zainarti. (2025). Penerapan Asuransi di Kehidupan Masyarakat dalam Lembaga Keuangan bukan Bank. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Volume 3, No 1, hlm. 1.
- Irawan. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK di Makassar*. Skripsi.
- Irwana. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya TBK di Makassar*. Skripsi.
- Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*.
- Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*.
- Khairani. (2021). *Analisis Perbandingan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia dan PT. JNE Cabang Padangsidempuan*. hlm. 1.

- Marihot Simanjuntak. *Hukum Asuransi dan Reasuransi di Indonesia*. hlm.78.
- Marihot Simanjuntak. *Hukum Asuransi dan Reasuransi Di Indonesia*. hlm.45.
- Masitoh. (2025). *Wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan*.
- Masrifah. (2025). *Wawancara dengan pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan*.
- Meithiana Indrasari. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. (2024) hlm.46.
- Meithiana Indrasari. *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. (2024) hlm.46.
- Moh Tamrin, Ukie Tukinah, & Devi Amelia Putri. (2024). Determinan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *jurnal Capital Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Volume, 6 No 1*.
- Mohammad Arwani. (2022a). Peran Karakteristik Individu sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas. *jurnal Sosial dan Budaya, Volume. 4 No 2*, hlm. 67.
- Mohammad Arwani. (2022b). Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas. *jurnal Sosial dan Budaya, Volume. 4 No 2*, hlm.70.
- Muhammad, Isa. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Islam*.
- Natasja Hosang. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien. *jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulang*, hlm.160.
- Noor. *Metodologi Penelitian*. Skripsi, Tesis, dan disertai Karya Ilmiah.
- Nur Fadilah Amin. (2023). *Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian*. Volume. 14 No. 1, hlm. 16.
- Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. (2024). *Jurnal Menejemen, 13, No, 4*, hlm.2.
- Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion. (2021). *jurnal of Social and Industrial Psychology, Volume 2 No. 1*, hlm.1-7.
- Puput Tri Hantoro. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan pelanggan dan Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo (PERSERO) studi kasus di Pelabuhan Tanjung Intan, Gresik, dan Tanjung. *Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 8 No 2*.

- Rahmawati, Sa'adah, & Chabib. (2020). Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *jurnal Ekonomi, Volume. 1 No. 1*, hlm. 10.
- Rahmi Maulina. (2021a). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi.
- Rahmi Maulina. (2021b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi.
- Reski Ayu. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang*. Skripsi.
- Resky Ayu. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang*. Skripsi.
- Rinitami Njatrijani, Putri Ayu Sutrisno, & Cantika Assifani Primastito. (2024). *Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Badan Pengawas Terhadap Fenomena Gagal Bayar Polis Asuransi di Indonesia. Volume 6, No 2*, hlm 149.
- Setiawan. (2021). Financial Engineering pada BUMD Air Minum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Volume. 2 No. 1*, hlm. 54.
- Sri Marwah Ritonga. (2020a). *Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan*. Skripsi.
- Sri Marwah Ritonga. (2020b). *Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan*. Skripsi.
- Sri Rahayu. *Pengaruh Persepsi Harga dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Ibnu Sina. Jurnal Universitas Islam Negeri Alahuddin Makassar 1*, hlm 25-26.
- Sudiyono. *Manajemen Pemasaran*.
- Sudiyono, Maris Kurniawan, & Rita Indah Mustikowati.. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.45
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.49.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.80.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.36.

- Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm.20.
- Susilo. (2022). *Pengujian Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Swastha. (2019). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta : BPFE.
- TA. Hariyono. (2023). Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ketupat Kandangan di Banjarmasin. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.
- Ujang Sumarwan. (2023). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yosua Alexander Halomoan. (2023). *Peran Hukum Asuransi Dalam Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi*.
- Yosua Alexander Halomoan. (2022). *Peran Hukum Asuransi dalam Pengiriman Barang oleh Perusahaan Ekspedisi. Volume 8*, hlm. 1.
- Yosua Alexander Halomoan. (2022). *Peran Hukum Asuransi Dalam Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi. Volume 8*.
- Zulaika Matondang, & Hamni Fadila Nasution. (2021). *Praktik Analisis Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Cantika Naya Batubara

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Hutatonga, 19 Desember 2002

Anak ke : 10 dari 10 bersaudara

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Hutatonga

Telepon/Hp : 0853-5802-8862

E-mail : cantikanaya64@gmail.com

DATA ORANGTUA/WALI

Nama Ayah : Almarhum Nazaruddin Batubara

Nama Ibu : Almarhumah Masraya Lubis

Alamat : Hutatonga, Kec. Angkola Muaratais

Latar Belakang Pendidikan

Tahun (2009-2015) : SDN No 100608

Tahun (2015-2018) : PPS Al-yusufiyah Warridwaniyah

Tahun (2018-2021) : PPS Al-yusufiyah Warridwaniyah

Tahun (2021- sekarang) : UIN Syahada Padangsidempuan

ANGKET PENELITIAN

Kepada:

Yth. Kepada pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman barang/paket.

Assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh,

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi S-1 ~~Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary~~ Padangsidempuan. Maka saya:

Nama : CANTIKA NAYA BATUBARA
NIM : 21 402 00103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan tinggi : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman barang/paket untuk mengisi kuisioner penelitian saya ini. peran sarta dari Bapak/Ibu akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan kerahasiaan jawabannya tetap terjamin. Dengan judul penelitian **“Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pernyataan pada kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Padangsidempuan, 07. Juni 2025
Peneliti,



Cantika Naya Batubara
NIM. 21 402 00103

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwasanya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Isa, ST., M.M.

NIP : 19800605 201101 1 003

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan**

Nama : Cantika Naya Batubara

NIM : 21 402 00103

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

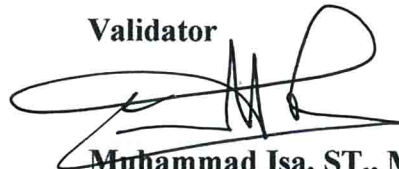
Adapun masukan yang telah saya berikan adalah sebagai berikut:

1. *Perbaiki soal-soal penelitian!*
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

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

Padangsidempuan,..... 2025

Validator



Muhammad Isa, ST., M.M.

NIP. 19800605 201101 1 003

LEMBAR VALIDITAS ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (✓) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Kesesuaian harga	1,2	✓		
Kualitas pelayanan	3, 4,5	✓		
Kualitas produk/jasa	6	✓		
Promosi	7,8	✓		

Kritik dan saran:

.....*oh-*.....

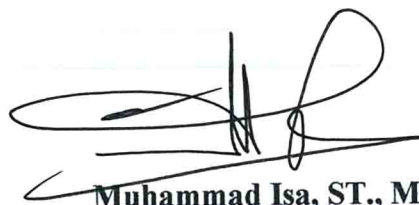
.....

.....

.....

Padangsidempuan,..... 2025

Validator



Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

LEMBAR VALIDITAS ANGKET ASURANSI (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (✓) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

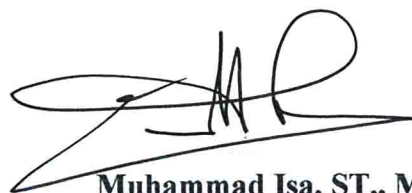
Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Premi	1, 2	✓		
Klaim	3, 4	✓		
Risiko	5, 6	✓		

Kritik dan saran:

sh -

Padangsidimpuan,..... 2025

Validator



Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

LEMBAR VALIDITAS ANGKET HARGA (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (✓) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu ~~direvisi~~ atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

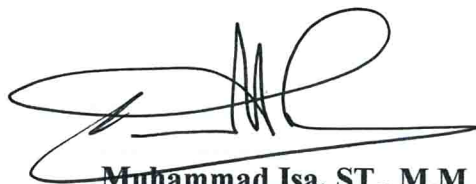
Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Keterjangkauan	1, 2,3	✓		
Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa	4,5	✓		
Kesesuaian harga dan manfaat	6	✓		

Kritik dan saran:

.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan,..... 2025

Validator



Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Sigalangan

I. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis kelamin : ☐ laki-laki ☐ perempuan

Apakah anda benar pelanggan PT Pos Indonesia Sigalangan yang menggunakan jasa pengiriman barang/paket?

☐ iya
☐ tidak

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling benar.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
4. Ada empat alternatif pilihan jawaban, yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

KS : kurang setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

III. Daftar Pernyataan

A. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa harga yang saya bayar sesuai estimasi.					
2.	Saya merasa harga yang saya bayar menjamin keamanan paket.					
3.	Petugas kantor pos Sigalangan ramah dalam melayani saya.					
4.	Proses antrian di kantor Pos Sigalangan cepat sesuai harapan saya.					

5.	Pelanggan di kantor Pos Sigalangan dilayani sesuai antrian.					
6.	Petugas kantor Pos Sigalangan menjelaskan asuransi pengiriman produk.					
7.	Kantor Pos Sigalangan sering mengadakan kegiatan promosi.					
8.	Saya merasa promosi yang ditawarkan mudah dipahami.					

B. Asuransi (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Besarnya premi di kantor Pos Sigalangan disampaikan dengan jelas.					
2.	Sistem premi di kantor Pos Sigalangan transparan.					
3.	Keputusan klaim asuransi pengiriman barang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.					
4.	Proses klaim asuransi pengiriman paket mudah dilakukan.					
5.	Menurut saya besarnya premi sesuai dengan risiko kerugian.					
6.	Setiap kerugian yang dialami pelanggan diganti oleh asuransi.					

C. Harga (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa harga yang ditetapkan masih wajar.					
2.	Harga yang ditetapkan tidak memberatkan saya.					
3.	Harga yang ditetapkan kantor Pos Sigalangan mampu bersaing dengan harga pada Perusahaan lain yang sejenis.					
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan layanan yang diterima.					
5.	Biaya yang dikeluarkan menjamin paket yang dikirim.					
6.	Harga pengiriman sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan.					

LAMPIRAN HASIL UJI INSTRUMEN

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan (Y)										
Nomor	Nama	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y
1	Mahmuda Siregar	3	3	2	3	3	2	2	3	21
2	Melda Nasution	2	3	2	3	1	2	2	2	17
3	Leni Widyah	4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	Elis Harahap	1	3	3	2	3	2	3	2	19
5	Rukun Harahap	2	1	2	1	1	2	1	2	12
6	Sayfitri Hasibuan	5	5	4	5	4	5	4	5	37
7	Rinaluddin	2	2	1	2	3	3	2	3	18
8	Della	4	4	4	5	4	3	5	5	34
9	Juwita	3	2	3	2	2	3	2	1	18
10	Nova	5	5	5	4	4	4	4	5	36
11	Sukri Harahap	5	4	4	5	5	5	4	4	36
12	Apsah	1	2	3	3	2	3	3	3	20
13	M. Yusuf Hasibuan	4	4	4	5	5	4	5	5	36
14	Jasmin	4	4	5	5	4	5	5	4	36
15	Putri Marito	5	5	4	4	4	4	4	5	35
16	Wulan	2	2	3	3	2	3	2	2	19
17	Ariansyah Salim	5	4	4	5	4	5	4	4	35
18	Tina Harahap	4	5	5	4	4	5	5	4	36
19	Hendra saputra lubis	3	2	3	3	2	1	2	2	18
20	Anna Harahap	5	4	4	5	4	4	4	4	34
21	Munawir	4	5	4	5	3	5	4	4	34
22	Istiy Jayanti	3	3	2	2	3	3	3	1	20
23	Naila	4	5	4	5	4	4	5	4	35
24	Juni azhari	3	2	2	2	3	3	3	2	20
25	Lintang ilana	5	4	4	5	5	5	5	5	38
26	Ratna Lubis	2	2	1	2	1	1	2	1	12
27	ilrfan Maulana	4	4	5	5	4	4	5	5	36
28	Muslim	4	4	4	4	5	4	5	5	35
29	Alfatih Safrial	3	2	1	2	2	3	3	3	19
30	Akila	4	5	4	5	5	5	5	5	38
31	Tika Siregar	5	5	4	4	4	4	5	4	35
32	Randa pohan	2	3	3	2	3	1	2	3	19
33	Hadirman	5	5	5	4	5	5	4	5	38
34	Putri Yanti	1	2	3	3	2	2	2	3	18

35	Ardila	4	4	4	4	5	5	5	4	35
36	Rahmatatunnisa	5	5	4	5	4	4	4	4	35
37	Nur Linang Harahap	3	3	2	2	3	3	2	3	21
38	Siddik	4	4	4	5	4	5	4	5	35
39	Betti	2	1	1	1	1	2	3	2	13
40	Pardomuan	4	4	4	5	4	4	4	5	34
41	Ganti Enda	4	5	5	4	5	5	4	4	36
42	Rani Hasibuan	5	4	4	4	4	5	5	5	36
43	Safrina	2	3	3	2	1	3	3	3	20
44	Andri Saputra	2	1	2	1	1	1	3	4	15
45	Erdongan	4	4	5	4	4	5	4	5	35
46	Salma	3	4	5	4	5	5	5	5	36
47	Mutiara	5	5	4	4	5	5	5	4	37
48	Cintia	1	3	3	3	3	3	2	2	20
49	Dita Diana	5	5	4	4	4	5	5	5	37
50	Nurhamidah Ritonga	4	5	4	5	4	5	4	4	35
51	Artati	1	3	2	3	2	3	2	2	18
52	Putri	4	4	4	5	4	5	5	4	35
53	Maraluddin Simatupang	5	4	5	5	4	5	4	4	36
54	Firda Windari	3	3	2	2	2	2	2	3	19
55	Ainun	4	4	4	4	5	5	4	4	34
56	Hasan Basri Nasution	4	4	5	4	4	4	4	5	34
57	Rahma Harahap	4	5	4	5	4	4	5	4	35
58	Linda Oktavia	1	3	3	2	3	1	3	3	19
59	Saripamela	4	4	5	4	4	5	4	4	34
60	Merina	5	5	4	4	4	4	4	5	35
61	Kamit	5	4	4	4	4	4	5	5	35
62	Annisa	3	2	2	3	2	3	2	3	20
63	Intan sari dinggin	4	4	4	5	4	4	4	4	33
64	Safri Maulana	4	4	5	4	5	4	4	4	34
65	Delima Hasibuan	5	4	4	5	4	4	4	4	34
66	Kurnia Sari	5	4	4	4	4	4	4	5	34
67	Roslan Rangkuti	3	3	2	1	3	1	2	2	17
68	Tarima Handayani	4	5	4	4	5	4	4	5	35
69	Salmita Rosma	5	4	4	4	4	4	5	4	34
70	Nur Sakinah Harahap	4	5	4	4	5	4	4	4	34
71	Silpiana	5	4	4	4	4	4	4	5	34
72	Karima	3	2	3	2	2	1	3	3	19
73	Safrida Mesli	4	4	5	5	5	4	4	4	35

74	Ali Mukhni	4	5	4	5	5	4	4	5	36
75	Rosni Harahap	3	2	3	3	2	2	3	2	20
76	Sintia Siregar	4	4	5	4	5	4	4	5	35
77	Alimah Rezky	4	4	4	4	4	5	4	4	33
78	Safrida Hasibuan	2	3	2	3	3	1	2	3	19
79	Hamidah Simbolon	4	5	5	4	5	5	4	5	37
80	Putra Harahap	5	5	4	4	5	4	4	4	35
81	Marnisah	3	2	2	1	3	2	3	1	17
82	Handayani Siagian	4	5	4	4	4	4	4	5	34
83	Efrida Harahaap	5	4	5	5	4	4	5	5	37
84	Bahrn Lubis	1	3	2	2	3	3	3	3	20
85	Riska Batubara	4	4	4	4	4	5	4	4	33
86	Rosleli	5	4	4	5	4	4	4	4	34
87	Harma Hayati	2	3	1	2	2	3	3	2	18
88	Icha indah rosa	4	4	4	5	4	5	4	5	35
89	Halimah	4	4	4	5	4	4	4	5	34
90	M. Rosyid Batubara	3	2	3	3	3	2	3	2	21
91	Saripah	5	4	4	4	3	4	4	4	32
92	Desi Rahmadhina	2	3	3	3	2	2	3	2	20
93	Masitoh	4	4	5	4	4	4	4	4	33
94	Arifin	5	4	4	5	4	5	4	4	35
95	Sarnadi Harahap	4	5	5	4	4	4	4	5	35
96	Zulkifli Siregar	2	2	3	3	3	1	2	2	18

2. Asuransi (X1)

Asuransi (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
3	2	2	3	3	3	16
3	2	3	3	2	1	14
4	4	4	5	5	4	26
1	3	2	2	3	3	14
1	1	1	3	3	2	11
5	4	5	5	5	5	29
2	2	1	3	3	3	14
4	5	4	5	5	5	28
1	3	2	2	3	3	14
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	4	4	4	27
3	2	1	3	2	2	13
4	5	4	3	5	4	25
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	5	4	5	28
1	3	3	2	3	3	15
4	4	5	4	4	5	26
5	4	4	4	4	4	25
3	3	1	2	2	3	14
5	5	5	5	4	5	29
4	5	4	4	5	4	26
2	3	2	2	2	2	13
5	4	4	4	4	5	26
2	3	3	3	2	2	15
4	5	4	4	4	5	26
1	2	1	1	2	3	10
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	5	5	5	27
1	2	2	3	3	2	13
4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	5	5	5	29
1	3	2	2	2	3	13
5	5	4	4	5	4	27
2	3	2	3	2	3	15
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	5	25
2	3	3	3	3	3	17

4	4	4	4	5	4	25
3	1	2	2	1	1	10
5	4	4	4	4	4	25
5	5	4	4	5	4	27
5	4	4	4	5	5	27
1	3	2	2	3	3	14
1	1	1	2	3	3	11
4	4	4	5	5	4	26
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	1	2	14
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	4	4	25
1	2	2	2	3	3	13
4	4	5	5	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
2	1	3	3	2	3	14
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	4	4	4	26
3	1	3	3	3	2	15
4	5	5	5	4	5	28
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	5	5	5	27
2	2	3	3	3	1	14
4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	5	4	4	25
1	3	2	2	2	1	11
4	5	4	4	5	5	27
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	5	5	5	28
3	1	3	3	3	3	16
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
1	2	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	4	5	5	27

3	3	1	2	2	3	14
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	4	4	28
3	2	3	3	3	1	15
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25
2	3	3	2	2	2	14
4	4	4	5	4	5	26
5	4	4	4	4	4	25
1	2	2	3	3	2	13
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	5	5	27
2	2	3	1	2	3	13
5	5	4	5	4	4	27
1	3	3	2	2	2	13
5	4	5	4	4	4	26
5	4	4	4	5	5	27
4	4	5	4	5	4	26
2	3	2	1	3	2	13

3. Harga (X2)

Harga (X2)						
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Total X2
3	3	2	3	2	3	16
2	2	3	2	2	3	14
4	5	5	5	4	5	28
1	3	3	2	1	3	13
2	1	1	1	1	2	8
5	5	5	4	5	4	28
1	3	2	3	2	3	14
4	5	4	5	4	5	27
3	3	1	2	3	2	14
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25
2	2	3	1	3	2	13
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	5	4	4	26
2	2	1	3	3	3	14
4	5	5	4	3	4	25
4	4	4	5	4	5	26
1	2	3	2	3	3	14
4	5	4	5	4	5	27
4	3	4	4	4	4	23
3	3	2	3	2	3	16
4	5	4	4	4	4	25
3	3	1	2	3	5	17
5	4	4	4	5	4	26
2	1	1	2	2	3	11
4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
3	1	3	2	2	2	13
4	4	4	5	5	5	27
5	4	5	5	5	4	28
1	3	2	2	3	3	14
5	4	4	4	5	5	27
1	2	2	3	3	2	13
4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	5	5	4	26
2	3	2	2	3	3	15

5	4	4	4	4	4	25
2	1	1	1	2	2	9
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	5	5	5	28
2	3	1	3	3	3	15
2	2	3	1	3	4	15
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	5	5	5	27
2	3	3	2	3	2	15
5	4	4	5	4	5	27
4	5	5	5	4	4	27
3	2	1	3	2	3	14
5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	4	4	27
3	2	2	3	3	3	16
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	4	4	26
3	1	3	2	2	3	14
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	5	5	28
4	5	5	5	4	4	27
2	2	3	1	3	3	14
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	5	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26
3	2	3	2	3	3	16
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	5	4	26
4	5	5	5	4	4	27
1	2	2	3	3	2	13
5	4	4	5	4	4	26
4	4	5	4	4	4	25
3	3	3	3	2	2	16
4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	5	4	4	27

1	2	2	3	3	3	14
5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	5	26
3	3	3	3	2	2	16
4	4	5	4	4	4	25
5	4	4	4	4	5	26
3	2	3	2	3	2	15
4	4	4	4	5	5	26
5	4	5	4	4	5	27
2	3	3	2	2	2	14
4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	5	4	4	26
3	2	3	1	3	2	14
5	4	5	4	4	5	27
3	3	1	3	3	3	16
5	4	4	4	5	4	26
5	4	4	4	5	5	27
5	4	5	4	4	4	26
3	3	3	2	3	3	17

UJI VALIDITAS Y

[illegible]

Y.TOT	Pearson	.858**	.899**	.882**	.895**	.888**	.883**	.890**	.879**	1
AL	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

UJI VALIDITAS X1

		Correlations						X1.TOTA
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	L
X1.1	Pearson Correlation	1	.755**	.796**	.786**	.726**	.723**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.755**	1	.746**	.675**	.727**	.749**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.796**	.746**	1	.787**	.750**	.716**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.786**	.675**	.787**	1	.761**	.721**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.726**	.727**	.750**	.761**	1	.795**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.723**	.749**	.716**	.721**	.795**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.905**	.873**	.901**	.884**	.888**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

UJI VALIDITAS X2

		Correlations						X2.TOTA
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	L
X2.1	Pearson Correlation	1	.715**	.739**	.726**	.747**	.700**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.715**	1	.734**	.815**	.753**	.748**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.739**	.734**	1	.708**	.669**	.640**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.726**	.815**	.708**	1	.758**	.740**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.747**	.753**	.669**	.758**	1	.757**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.700**	.748**	.640**	.740**	.757**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.878**	.903**	.856**	.903**	.881**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

UJI REABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	8

UJI REABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	6

UJI REABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	6

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55229103
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.054
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	ASURANSI	.962	1.040
	HARGA	.962	1.040

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.045	.442		2.363	.020
	ASURASI	.048	.066	.265	.723	.471
	HARGA	-.028	.069	-.147	-.400	.690

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

UJI KOEFISIEN DETERMINAN

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.964	.963	1.569

a. Predictors: (Constant), HARGA, ASURANSI

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.149	.612		.244
	ASURANSI	.594	.101	.458	5.872
	HARGA	.724	.106	.532	6.821

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.149	.612		.244
	ASURANSI	.594	.101	.458	5.872
	HARGA	.724	.106	.532	6.821

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	6166.327	2	3083.163	1252.592
	Residual	228.913	93	2.461	
	Total	6395.240	95		

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, ASURANSI

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Tabel Nilai f tabel

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

Sumber: *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Dr. Imam Ghozali)



Dokumentasi Bersama Karyawan PT. Pos Indonesia Sigalangan



Dokumentasi Bersama karyawan PT. Pos Indonesia Sigalangan



Dokumentasi Bersama Pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan



Dokumentasi Bersama Pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan



Dokumentasi Bersama Pelanggan PT. Pos Indonesia Sigalangan



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 : 48 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

08 Januari 2025

Yth. Bapak/Ibu;

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| 1. Muhammad Isa, M.M | : Pembimbing I |
| 2. Sulaiman Efendi, M.E | : 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 : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Sigalangan.**

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
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

nbusan :
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 : 1751 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

05 Juni 2025

Yth; Kepala Kantor Pos Indonesia Sigalangan.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Asuransi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Sigalangan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
(NIP. 197905252006041004)

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



PT POS INDONESIA (PERSERO)

KANTOR POS SIGALANGAN 22772

**JI, Trans Sumatera Bukittinggi-Padangsidimpuan
No 16, Sigalangan, Batang Angkola, Tapanuli Selatan 22772
Telp. (0634) 21009**

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendra Gandhi Harahap
Jabatan : *Front Liner* (bagian loket)
Perusahaan : Kantor Pos Sigalangan
Ala mat : JI, Trans Sumatera Bukittinggi-Padangsidimpuan
No 16 Sigalangan 22772
Dengan ini menerangkan bahwa:
Nama : Cantika Naya Batubara
NIM : 2140200103
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Bahwa mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tersebut, diizinkan untuk melaksanakan penelitian di Kantor Pos Sigalangan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Sigalangan, 05 Juni 2025


Hendra Gandhi Harahap
Kep. pos. 971 989415