

**BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)**



SKRIPSI

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

Oleh :

**Ari Sinto Rambe
NIM: 19 402 00116**

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

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)**




SKRIPSI

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


Oleh :

**Ari Sinto Rambe
NIM. 19 402 00116**

PEMBIMBING I


**H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si.
NIP.196302071999031002**

PEMBIMBING II


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

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2025

Hal : Skripsi
a.n. **Ari Sinto Rambe**
lampiran : 2 (Dua Eksemplar)

Padangsidempuan, Juli 2025
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh


Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Ari Sinto Rambe yang berjudul "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan)*", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang mungirimah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

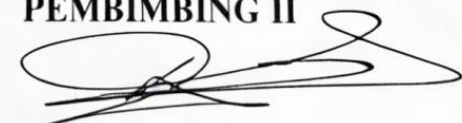
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



H. Aswadi, S.E., M.Si.
NIP.196302071999031002

PEMBIMBING II



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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ari Sinto Rambe
NIM : 19 402 00116
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)

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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 11 Agustus 2025
Saya yang Menyatakan,



ARI SINTO RAMBE
NIM. 19 402 00116

**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 : Ari Sinto Rambe
NIM : 19 402 00116
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 Noneklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan)”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih mediaformatkan, 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 : // Agustus 2025
Saya yang Menyatakan,



ARI SINTO RAMBE
NIM. 19 402 00116



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Sient Nurtin KM. 4.5 Sihriang, Padangsidimpuan 22:33
Telepon. (0634) 22090 Faximile (0634) 24012

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Ari Sinto Rambe
NIM : 19 402 00116
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos
Padangsidimpuan)

Ketua

**Azwar Hamid, MA
NIDN. 2111038601**

Sekretaris

**H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIDN. 2007016301**

Anggota

**H. Ai Hardana M.Si
NIDN. 2013018301**

**Adanan Murroh Nasution, MA
NIDN. 2104118301**

Pelaksanaan Sidang Munaqsyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/21 September 2025
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 78,75 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3.33
Predikat : Sangat Memuaskan

Dola AI



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, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor : 1045 /Un.28/G/G.4a/PP.00.9/04/2026

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)

Nama : Ari Sinto Rambe
NIM : 19 402 00116

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

Padangsidimpuan, April 2026
Dekan,



Prof. Dr. AL Fatahuddin Aziz Siregar,
NIP. 197311282001121001

Dola AI

ABSTRAK

Nama : Ari Sinto Rambe
NIM : 1940200116
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan realitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pos Padangsidimpuan. Fenomena tersebut tercermin dari berbagai keluhan pelanggan, seperti lamanya waktu pelayanan, antrean yang panjang, serta terbatasnya fasilitas pendukung yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi penurunan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Namun, di sisi lain, Kantor Pos Padangsidimpuan masih menjadi pilihan utama bagi sebagian besar pelanggan karena menawarkan biaya pengiriman yang relatif terjangkau serta memiliki citra sebagai lembaga jasa pos yang terpercaya dan berpengalaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 71 responden yang merupakan pelanggan aktif Kantor Pos Padangsidimpuan. Instrumen penelitian terdiri atas 15 butir pernyataan yang mengukur tiga variabel utama, yaitu kualitas pelayanan (X_1), biaya pengiriman (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS melalui serangkaian uji statistik, meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel kualitas pelayanan dan biaya pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif biaya pengiriman yang ditetapkan, maka tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan akan meningkat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen dalam meningkatkan mutu layanan serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan jasa pengiriman yang semakin ketat.

Kata kunci: Biaya Pengiriman, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

Name : Ari Sinto Rambe
Student ID : 1940200116
Thesis Title : Analysis of the Influence of Service Quality and Shipping Costs on Customer Satisfaction (A Study on Customers of Padangsidimpuan Post Office)

This research is motivated by the discrepancy between customer expectations and the actual service provided by the Padangsidimpuan Post Office. This phenomenon is reflected in various customer complaints, such as long service times, long queues, and limited supporting facilities. This condition indicates a potential decline in customer satisfaction with the services provided. However, on the other hand, the Padangsidimpuan Post Office remains the main choice for most customers because it offers relatively affordable shipping costs and has an image as a trusted and experienced postal service institution. This study aims to analyze the effect of service quality and shipping costs on customer satisfaction. The methodology used is a quantitative approach with an associative research type. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 71 respondents who are active customers of the Padangsidimpuan Post Office. The research instrument consisted of 15 items that measure three main variables, namely service quality (X_1), shipping costs (X_2), and customer satisfaction (Y). The collected data were then analyzed using the SPSS application through a series of statistical tests, including validity, reliability, classical assumptions, and multiple linear regression analysis to determine the relationship and influence between variables. The results of the study indicate that partially and simultaneously, the variables of service quality and shipping costs have a positive and significant influence on customer satisfaction. Thus, it can be concluded that the better the quality of service provided and the more competitive the shipping costs set, the level of customer satisfaction at the Padangsidimpuan Post Office will increase. The results of this study are expected to provide input for management in improving service quality and maintaining customer loyalty amidst increasingly tight competition in shipping services.

Keywords: Shipping Costs, Customer Satisfaction, Service Quality.

الخلاصة

الاسم : أري سينتو رامبي
رقم القيد : ١٩٤٠٢٠٠١١٦
عنوان البحث : تحليل تأثير جودة الخدمة وتكاليف الشحن على رضا العملاء (دراسة على عملاء مكتب البريد في بادانغ سيديمبوان)

هذه تنعكس بادانجسيديمبوان بريد مكتب يقدمها التي الخدمات وواقع العملاء توقعات بين التناقض من البحث هذا ينبع يشير. المحدودة الدعم ومرافق الطويلة، والطوابير الطويلة، الخدمة أوقات مثل المختلفة، العملاء شكاوى في الظاهرة بريد مكتب يظل أخرى، ناحية من ذلك، ومع. المقدمة الخدمات عن العملاء رضا في محتمل انخفاض إلى الوضع هذا خدمة كمؤسسة صورة وله نسبيًا معقولة شحن تكاليف يقدم لأنه العملاء لمعظم الرئيسي الخيار بادانجسيديمبوان العملاء رضا على الشحن وتكاليف الخدمة جودة تأثير تحليل إلى الدراسة هذه تهدف. خبرة وذات موثوقة بريدية استبيانات توزيع خلال من البيانات جمع أسلوب تنفيذ تم. ترابطي بحث نوع مع كمي نهج هي المستخدمة المنهجية ثلاثة تقيس عنصرًا 15 من البحث أداة تتكون. بادانجسيديمبوان بريد لمكتب النشطين العملاء من مستجيبًا 71 على البيانات تحليل ذلك بعد تم. (Y) العملاء ورضا (X₂) الشحن وتكاليف (X₁) الخدمة جودة وهي رئيسية، متغيرات والموثوقية الصدق شملت الإحصائية، الاختبارات من سلسلة خلال من SPSS برنامج باستخدام المُجمعة الدراسة نتائج تشير. المتغيرات بين والتأثير العلاقة لتحديد المتعدد، الخطي الانحدار وتحليل الكلاسيكية والافتراضات العملاء رضا على وهام إيجابي تأثير لهما واحد، أي وفي جزئيًا الشحن، وتكاليف الخدمة جودة متغيري أن إلى رضا مستوى ارتفع الشحن، تكاليف تنافسية وزادت المُقدمة الخدمة جودة تحسنت كلما أنه الاستنتاج يمكن وبالتالي، جودة تحسين في للإدارة مدخلات الدراسة هذه نتائج تُقدم أن المتوقع ومن. بادانجسيديمبوان بريد مكتب في العملاء الشحن خدمات في المتزايدة الشديدة المنافسة ظل في العملاء ولاء على والحفاظ الخدمة.

. تكاليف الشحن، رضا العملاء، جودة الخدمة:الكلمات المفتاحية

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani dan yang telah membawa ajaran Islam bagi seluruh penghuni alam.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)**” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan 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 selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan; Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelambagaan; Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan; Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelambagaan; Ibu Dra. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Ibu Dr. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh referensi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama proses perkuliahan.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda dan Ibunda yang telah banyak memberi dukungan moral dan material, serta doa dan restu yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2019 serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Juli 2025
Peneliti

ARI SINTO RAMBE
NIM. 1940200116

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, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	a	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	al	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (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	ain	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..... ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا ... ا ... ا ... ا ... ي	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis di atas
ي ... ر ...	Kasrah dan ya	-	I dan garis di bawah
و ... ؤ ...	dommah dan wau	-	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

D. *Syaddah (Tasydid)*

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

E. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu

dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Definisi Operasional Variabel.....	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Kepuasan Pelanggan	12
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	12
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	15
c. Tipe-tipe Pelanggan	17
2. Kualitas Pelayanan	18
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	18
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelayanan	21
c. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan	22
3. Biaya Pengiriman	23
a. Pengertian Biaya Pengiriman.....	23
b. Fungsi Biaya Pengiriman	26
c. Klasifikasi Biaya	27
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	35
D. Sumber Data.....	37

E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Uji Validasi dan Realibitas Instrumen	39
1. Uji Validasi	39
2. Reliabilitasi Instrumen	40
G. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Normalitas.....	40
2. Uji Linearitas.....	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Multikolinieritas.....	41
b. Uji Heterokedastisitas	42
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	44
6. Uji Hipotesis	44
a. Uji Parsial (Uji t).....	44
b. Uji Simultan (Uji F).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1. Profil Umum PT POS Indonesia (PERSERO).....	46
2. Visi dan Misi PT POS Indonesia (PERSERO)	48
3. Struktur Organisasi Kantor Pos Padangsidempuan	50
B. Deskripsi Data Penelitian.....	51
C. Analisis Data	54
1. Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen	54
a. Uji Validasi	54
b. Relibilitas Instrumen	55
2. Uji Normalitas.....	55
3. Uji Linearitas.....	56
4. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Multikolinieritas.....	56
b. Uji Heterokedastisitas	57
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
6. Uji Hipotesis	59
a. Uji Parsial (Uji t)	59
b. Uji Simultan (Uji F).....	60
7. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	61
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2. Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
3. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Biaya Pengiriman.....	63
E. Keterbatasan Penelitian	65
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi Hasil Peneliian	69
C. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Tarif Pengiriman PT. Pos Padangsidempuan.....	25
Tabel II.2	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III.1	Skor Penelian Angket.....	38
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket Penelitian.....	39
Tabel IV.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel IV.3	Nilai Cronbach's Alpha.....	55
Tabel IV.4	Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel IV.5	Hasil Uji Linearitas.....	56
Tabel IV.6	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel IV.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabe IV.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel IV.9	Hasil Uji Koefisiein Determinasi	58
Tabel IV.10	Hasil Uji t (Parsial).....	59
Tabel IV.11	Hasil Uji F (Simultan)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	32
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Kantor Pos Padangsidempuan	50
Gambar IV.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan jasa pengiriman semakin menarik perhatian masyarakat. Persaingan yang ketat saat ini dan semakin banyaknya bisnis jasa pengiriman membuat pemilik atau pengelola harus mampu untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan mengungguli pesaingnya. Dalam hal ini persaingan usaha dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pelanggan. Pertumbuhan ekonomi akan menyebabkan meningkatnya pendapatan karena terjadi peningkatan produksi barang dan jasa.¹

Pelayanan publik dapat diklasifikasikan dalam dua kategori di antaranya pelayanan kebutuhan dasar (kesehatan pendidikan dan kebutuhan pokok) dan pelayanan umum (pelayanan administrasi, pelayanan barang dan pelayanan jasa).² Masyarakat setiap saat mengharapkan pelayanan publik yang dapat diberikan secara memuaskan dan berkualitas oleh karena itu setiap ekspedisi memberikan pelayanan terbaiknya untuk menarik minat para konsumen.

¹Ali Hardana, Dkk, "Analisis Ekonomi Makro Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan)", *Jurnal Ekonomi Akutansi dan Manajemen* Vol. 1, No. 4 Oktober 2022, hlm. 22.

²Angraini Wahyu Pinandari, dkk, *Administrasi Pelayanan Kesehatan Masyarakat*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi), hlm. 21.

Jasa pengiriman secara umum digunakan oleh masyarakat yang dikenakan biaya dalam transaksi. Pada pengembangannya, jasa pengiriman merupakan jalan alternatif yang memberikan solusi bagi masyarakat dalam pengiriman barang dari suatu daerah ke daerah lain. Maka dari itu untuk mewujudkan jasa pengiriman tanpa hambatan harus memiliki tingkat kualitas pelayanan dengan memperbaiki kualitas pelayan, memberikan harga yang tidak terlalu tinggi, dan mengurangi antrian disaat melakukan transaksi. Kualitas dapat didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang di nyatakan maupun tersirat.³

Di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan pengiriman yang cepat dan efisien, masih banyak keluhan yang muncul terkait biaya pengiriman di Kantor Pos. Berdasarkan hasil survei Lembaga Konsumen Indonesia tahun 2024, sekitar 43% pengguna layanan Pos Indonesia menyatakan bahwa tarif pengiriman dianggap kurang kompetitif dibandingkan dengan ekspedisi swasta lainnya.⁴ Selain itu, dalam beberapa kasus, pengguna mengeluhkan biaya tambahan tersembunyi, seperti biaya asuransi atau pengemasan, yang tidak diinformasikan secara transparan sejak awal. Kondisi ini membuat sebagian konsumen beralih ke jasa pengiriman lain yang menawarkan tarif lebih murah dengan layanan

³Ali Hardana, dkk, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan", *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2, 2022, hlm. 831.

⁴Lembaga Konsumen Indonesia. *Survei Kepuasan Layanan Pengiriman Nasional 2024*, (Jakarta: LKI Press, 2024), hlm. 56.

yang serupa atau bahkan lebih cepat.⁵ Fenomena ini menunjukkan bahwa aspek biaya masih menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih layanan pengiriman, dan menjadi tantangan besar bagi Kantor Pos dalam mempertahankan kepercayaan publik serta daya saingnya di pasar logistik nasional.

Saat ini, terdapat banyak perusahaan yang menyediakan layanan pengiriman, seperti Pos Indonesia, J&T Express, JNE, SiCepat Express, dan lainnya. Persaingan yang ketat di industri ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan yang telah lama berdiri dan memiliki basis pelanggan yang kuat seharusnya mampu menjaga kepercayaan tersebut dengan melakukan inovasi berkelanjutan. Upaya ini penting agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor yang menawarkan layanan serupa. Jika loyalitas pelanggan dapat dipertahankan melalui kualitas layanan dan inovasi, maka pesaing akan menghadapi tantangan besar untuk merebut pangsa pasar tersebut.⁶

Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang

⁵Harian Kompas, "Keluhan Konsumen terhadap Biaya Tambahan Jasa Pos," *Kompas.id*, 17 Januari 2024, <https://www.kompas.id/>.

⁶Asosiasi Logistik Indonesia. *Tren Persaingan Industri Pengiriman Barang di Indonesia*, (Jakarta: ALI Press, 2023), hlm. 78.

diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi. Pemasaran digital atau digital marketing merupakan hasil dari pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran.⁷

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan itu juga harus memperhatikan tentang bukti fisik yaitu barang maupun pelayanan yang diberikan harus dalam kondisi yang baik, hal lainnya yaitu keandalan merupakan kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Memahami kepuasan pelanggan sangat penting bagi aktivitas pemasaran. Usaha mewujudkan pelayanan yang berkualitas tidak bisa dilepaskan dari peranan penting karyawan maupun sumber daya manusia yang dimiliki.⁸

Selain kualitas pelayanan biaya/harga pengiriman juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam mengirim barang dimana biaya pengiriman adalah sejumlah harga/bayaran yang diberikan konsumen kepada pihak kantor pos sebagai bayaran atas jasa yang diberikan pihak kantor pos karena telah mengirimkan barang pelanggan kepada alamat penerima. Harga merupakan salah satu faktor penting dari

⁷Ali Hardana, dkk, "Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 01 No. 01, April 2022, hlm, 150.

⁸Aswadi Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT, ASDP Indonesia Ferry (Persero), Cabang Sibolga", *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2, Juni 2019. hlm. 166.

sisi penyedia jasa untuk memenangkan sebuah persaingan dalam memasarkan produknya.⁹

Kantor Pos Padangsidimpuan sebagai lembaga yang beorientasi bisnis sekaligus sosial dalam menghadapi persaingan tidak lepas dari usahanya menunjukkan kualitas jasanya untuk memenuhi harapan, mencari, dan mempertahankan pelanggan dan terus meningkatkan pengaruh dan eksistensinya di duni jasa pengiriman tentu saja Kantor Pos Padangsidimpuan terus meningkatkan pelayanannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, ditemukan berbagai tanggapan mengenai pelayanan dan biaya pengiriman. Bu Ida, salah satu pelanggan, mengeluhkan lamanya proses pelayanan di kantor pos sehingga ia harus menunggu dalam waktu yang cukup lama, yang menyebabkan kehilangan banyak waktu produktif. Hal serupa juga disampaikan oleh Bu Wati yang menyatakan bahwa pelayanan di Kantor Pos Padangsidimpuan sangat lambat, terutama karena hanya terdapat satu orang customer service yang melayani, sehingga antrean menjadi panjang dan tidak efisien.¹⁰

Keluhan mengenai keterlambatan juga disampaikan oleh Bu Rahmayani yang mengatakan bahwa paket yang ia kirim ke luar kota mengalami keterlambatan, sehingga menimbulkan rasa kecewa. Ia

⁹Khorun Nisa Bahri, *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk Umkm Fesyen Hijab*, (Jambi: PT. Sonpedia Pupliching Indonesia, 2023), hlm 32.

¹⁰Wati, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 09.15 WIB).

berharap agar Kantor Pos dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.¹¹ Pak Asmad, pelanggan lainnya, mengapresiasi biaya pengiriman di Kantor Pos yang lebih murah dibandingkan dengan jasa ekspedisi lain, namun ia juga mengeluhkan ketidakteraturan dalam pelayanan yang kadang membuatnya jengkel.¹²

Keluhan serupa juga diungkapkan oleh Bu Darmawati yang menyebutkan bahwa meskipun kondisi kantor pos ramai, hanya terdapat satu orang petugas customer service yang melayani, sehingga antrean menjadi tidak teratur.¹³ Sebaliknya, Pak Ahmad Zainal berpendapat bahwa pelayanan di Kantor Pos Padangsidimpuan tergolong cukup cepat, meskipun ia mengakui bahwa saat kondisi ramai, suasana menjadi padat dan pelanggan kerap saling menerobos antrean.¹⁴

Sementara itu, beberapa pelanggan memberikan tanggapan positif. Pak Rami mengaku merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena dinilai ramah dan sangat membantu, terutama saat ia mengurus dana pensiun.¹⁵ Bu Yusnaini Nasution menyatakan bahwa biaya pengiriman paket kargo di Kantor Pos Padangsidimpuan sangat membantu, terutama

¹¹ Rahmayani, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 09.30 WIB).

¹² Asmad, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 10.00 WIB).

¹³ Darmawati, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 10.40 WIB).

¹⁴ Ahmad Zainal, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 11.05 WIB).

¹⁵ Rami, Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, Senin 13 November 2023. Pukul 11.30 WIB).

karena ia sering melakukan pengiriman ke luar kota.¹⁶ Hal serupa juga diutarakan oleh Pak Dodi Armansyah yang sering membeli materai di Kantor Pos dan merasa puas dengan pelayanan cepat serta harga yang terjangkau, yang bahkan menguntungkannya untuk dijual kembali.¹⁷ Namun demikian, Bu Isnaini kembali menekankan permasalahan kekurangan tenaga kerja, karena menurutnya hanya ada satu petugas customer service yang melayani, padahal jumlah pelanggan sangat banyak, sehingga pelayanan menjadi kurang optimal.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelanggan di kantor post Padangsidempuan masih ada beberapa pelayanan yang kurang memuaskan bagi para pelanggan seperti administrasi. Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan di bagian customer service dirasa kurang optimal dikarenakan karyawan yang bertugas pada bagian customer service hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebesar 50 orang per hari ke customer service untuk menanyakan beberapa hal yang masih belum dimengerti atau melakukan cap stempel untuk beberapa urusan yang membutuhkan cap dari kantor pos.

Tidak adanya nomor antrian membuat pelanggan yang datang lebih dahulu terhalangi oleh pelanggan yang datang belakangan. Rasio antara

¹⁶ Yusnaini Nasution, Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan, *wawancara* (Padangsidempuan, Senin 13 November 2023. Pukul 11.50 WIB).

¹⁷ Dodi Armansyah, Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan, *wawancara* (Padangsidempuan, Senin 13 November 2023. Pukul 12.05 WIB).

¹⁸ Ibu Isnaini, Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan, *wawancara* (Padangsidempuan, Senin 13 November 2023. Pukul 12.20 WIB).

pelanggan dengan karyawan tidak seimbang, sehingga banyak pelanggan yang kecewa. Paket yang terlambat datang dan lain sebagainya Harga/biaya jasa kirim yang bersaing dengan jasa kirim lainnya akan menjadikan salah satu faktor terhadap kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan dan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk membuat judul skripsi dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Belum efektifnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor Pos Padangsidempuan
2. Kuatnya persaingan antar perusahaan jasa pelayanan pengiriman.
3. Kurangnya jumlah karyawan pada bagian *customer service*
4. Masih adanya keluhan dari pelanggan terkait pelaksanaan pengiriman paket pos yang berakhir pada keterlambatan
5. Seringnya terjadi kehilangan barang dalam perjalanan yang dilakukan oleh kantor Pos Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), adapun variabel kualitas pelayanan dan

biaya pengiriman sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan?
2. Apakah ada pengaruh biaya pengiriman terhadap kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan?
3. Apakah ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Pos Padangsidempuan?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan Untuk menghindari kebingungan dengan istilah yang digunakan dalam peneltian ini, defenisi operasional variabel disediakan untuk menjelaskan beberapa istilah yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Tabel I.1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Penilaian Secara Menyeluruh Seseorang Yang Berasal Dari Perbandingan Antara Kesannya Terhadap	1. Kepercayaan 2. Keamanan 3. Kenyamanan 4. Loyalitas	Ordinal

		Kinerja Suatu Produk Dan Harapannya. ¹⁹		
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Suatu Tindakan Yang Dilakukan Oleh Pihak Perusahaan Berupa Hal Yang Tidak Berwujud Namun Dapat Dirasakan Oleh Konsumen. ²⁰	1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik	Ordinal
3.	Biaya Pengiriman (X2)	Biaya Yang Dikeluarkan Oleh Penjual Saat Pengiriman Paket Pada Pembeli Dimana Penjual Akan Menyiapkan Dan Mengirimkan Paketnya Sendiri. ²¹	1. Harga 2. Jumlah Pesanan 3. Waktu Pengiriman	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang penelitian dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh biaya pengiriman terhadap kepuasan Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Pos Padangsidimpuan.

¹⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 153.

²⁰Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill, 2018), hlm. 4.

²¹David H. Bangs, *The Market Planning Guide*, 3rd ed. (Chicago: Upstart Publishing Company, 2002), hlm. 110.

G. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Kantor Pos Padangsidimpuan maupun organisasi lain dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan, serta menjadi masukan bagi perusahaan dalam mengimplementasikan pelayanan yang lebih optimal.

3. Manfaat Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar dan acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas layanan suatu perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan-harapannya.²² Jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa.

Sementara itu, teori *Disconfirmation of Expectations* menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terjadi sebagai hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan terhadap suatu layanan dengan persepsi mereka atas kinerja layanan tersebut.²³ Apabila realitas layanan sesuai atau melampaui harapan, maka akan timbul kepuasan. Namun bila hasilnya lebih rendah dari harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan.

²² Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 150.

²³ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (New York: McGraw-Hill, 1997). hlm, 145.

Dalam konteks jasa, termasuk layanan pengiriman, kualitas pelayanan yang baik mencakup keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sebagaimana dijelaskan dalam model SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.²⁴ Dimensi-dimensi ini sangat berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterimanya, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan. Dengan demikian, perusahaan jasa seperti Kantor Pos perlu memperhatikan aspek pelayanan dan harga secara bersamaan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal, mengingat bahwa loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman layanan yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, dan *masalah*, manfaat, berkah keyakinan, dan kehalalan²⁵ Ayat alqur'an yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan yaitu surah Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ

²⁴ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4 (1985), hlm., 41–50.

²⁵ Moh Nasuka, Buku Monograf Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Pendekatan Etika Pemasaran Islam, (Jepara: Unisnu Pres, 2021), hlm. 128

“Maka disebabkan rahmat dari Allahlah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati keras tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu”²⁶

Tafsir Isi kandungan ayat di atas menunjukkan bahwa sebelum kita bertawakkal atau berserah diri kepada Allah SWT maka perlu dilakukan sikap atau usaha-usaha yang baik dan benar dalam mencapai atau memperoleh hal yang di inginkan.²⁷

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus dipenuhi seorang pebisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dan itu semua dilakukan dengan memberi manfaat, keihlsan kehalan dan dengan hati yang baik Pelanggan merupakan target utama dalam pembahasan mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.²⁸

Kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Harapan merupakan perkiraan atau

²⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Ali Imran [3]: 159.

²⁷ <https://tafsirweb.com/7405-surat-ali-imran-ayat-59.html> di Akses Pada Tanggal 25 November 2021, Pukul 21: 32 Wib.

²⁸ Tjiptono dan Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), hlm. 352.

keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya, dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar dari orang lain, atau janji yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Faktor pelanggan merupakan asset terpenting dalam perusahaan dengan semakin berkembangnya dunia usaha saat ini. Oleh sebab itu, mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu karena akan memberikan informasi yang bermanfaat guna perkembangan perusahaan tersebut

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur dalam kualitas layanan produk dan jasa. Adanya peningkatan masyarakat, perkembangan industri, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, tingkat pendidikan yang semakin tinggi, deregulasi dan kebijakan pemerintah dibidang industri perhotelan yang telah mengakibatkan perubahan dalam sistem nilai. Tuntutan pelanggan terhadap pelayanan hotel yang lebih baik, bermutu, dan lebih cepat semakin terasa. Pelanggan mampu menilai dan dengan bebas memiliki hotel yang dipercaya dan memberikan kualitas layanan yang dikehendaki.²⁹

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang

²⁹ Agung, dkk, *Manajemen Marketing Perhotelan*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), hlm. 74.

diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. ada 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk, pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah dimensi yang global atau paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency* dan *design*.
2. Harga, bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen ini sangat penting untuk beberapa perusahaan tertentu dalam menciptakan kepuasan seperti misalnya: industri retail.
3. *Service Quality*, ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar 70 persen dan tidak mengherankan jika kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.
4. *Emotional Factor*, komponen ini berlaku untuk produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti, mobil, kosmetik, pakaian dan sebagainya. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari orang penting dan

sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Biaya dan Kemudahan, mendapatkan produk pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Perusahaan harus mengetahui bobot dari masing-masing faktor tersebut dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Faktor harga sangat penting bagi perusahaan yang bersifat komoditas. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang dominan dalam menciptakan kepuasan pelanggan untuk perusahaan jasa seperti rumah sakit, kantor pos, perbankan dan perhotelan. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk sangat penting untuk produk konsumsi. Produk yang mempunyai distribusi dengan cakupan yang luas dan tingkat ketersediaan yang tinggi akan mempunyai peluang untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.

c. Tipe-tipe Pelanggan

Tipe-tipe pelanggan menurut tangga loyalitas Fandy Tjiptono:³⁰

1. Prospek (*Prospect*) Orang-orang yang mengenal bisnis (barang atau jasa) suatu perusahaan, tapi belum pernah

³⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-3 (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 110–111.

masuk tokonya, serta belum pernah membeli barang atau jasa perusahaan tersebut.

2. Pembelanja (*Shopper*) Perspek yang telah yakin untuk mengunjungi toko tersebut, paling tidak satu kali. Akan tetapi pembelanja masih belum mempunyai keputusan membeli dan perusahaan hanya sedikit kesempatan untuk mempengaruhi mereka.
3. Klien (*Client*) Orang yang secara rutin membeli barang atau jasa perusahaan.
4. Penganjur (*Advocate*) Pelanggan yang sedemikian puasny dengan barang atau jasa perusahaan, sehingga ia menceritakan kepada siapa saja tentang betapa memuaskannya barang/ jasa perusahaan tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan itu juga harus memperhatikan tentang bukti fisik yaitu barang maupun pelayanan yang diberikan harus dalam kondisi yang baik, hal lainnya yaitu keandalan merupakan kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Kualitas pelayanan dapat

diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.³¹

Dalam Islam kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui sikap ramah dan kepedulian yang tinggi terhadap pelanggan.³² Ayat Al-qur'an yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan yaitu pada surah Al-Qashas ayat 77.

وَأَتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۗ ٧٧

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”³³

Ibn katsir dalam tafsir Al-qur'an al-Aszim mwnafsirkan ayat di atas agar kita selalu menggunakan harta dan nikmat

³¹ Rini Sugiarsih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang,” *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 1, 2019, hlm. 49.

³² Popon Srisusilawati, *Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Banyumas: CV Pena Persada, 2020), hlm. 14.

³³ QS. Al-Qashas [28]:77, terj. Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

sebagai bekal bentuk ketaatan dan untuk mendekatkan diri kepada Allah swt dengan mengerjakan berbagai kebaikan agar mendapat pahala dunia dan kebaikan akhirat.³⁴

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan hal sangat perlu di perhatikan agar dapat menjaga pelanggan dengan sikap ramah dakepedilian terhadap pelanngann agar bisnis yang di jalankan tetap Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan mutu perusahaannya. Kasmir menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.³⁵

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima secara nyata. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka

³⁴ Ibn Katsir, *Tafsir al-Qur'ān al-'Azīm*, Juz 28 (Beirut: Dār al-Fikr), hlm. 363.

³⁵ Joseph J. Mamahit, James D. D. Massie, and Imelda W. J. Ogi, "Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan WIFI Indihome," *Jurnal EMBA* Vol. 10, No. 4, 2022, hlm. 2001.

pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Ada kecenderungan dalam beberapa perusahaan untuk memandang beberapa kebutuhan dasar tentang kepuasan nasabah dari pelanggan sesuatu tambahan penting, sedangkan pelanggan menanggapi mereka adalah sebagian produk/jasa yang mereka beli. Kualitas pelayanan terbagi dua, kualitas layanan internal dan kualitas layanan eksternal. Berikut ini adalah penjelasan tentang kualitas layanan internal dan kualitas layanan eksternal:³⁶

1. Kualitas pelayanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai organisasi/perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan internal antara lain: pola manajemen umum organisasi perusahaan, penyediaan fasilitas pendukung pengembangan sumber daya manusia.
2. Kualitas layanan eksternal mengenai kualitas layanan kepada pelanggan, kita boleh berpendapat bahwa kualitas

³⁶ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, (New York: Free Press, 1990), hlm. 15–22.

layanan ditentukan oleh beberapa faktor antara lain: pola layanan dan tata cara penyediaan dan pembentuk jasa tertentu, pola layanan distribusi jasa , pola layanan penjualan jasa pola layanan dalam penyampaian jasa.

c. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan.³⁷

Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Dalam bisnis online, kualitas pelayanan berbeda dengan pelayanan di toko offline yang berada di dalam gerai. Barang yang diperjual belikan juga tidak dapat diraba secara langsung sehingga dibutuhkan pelayanan yang baik yang dapat menimbulkan kepercayaan yang tinggi. Untuk menampilkan barang yang akan dijual, lakukan pemotretan memakai kamera dengan resolusi tinggi, sehingga hasilnya memuaskan.

³⁷ L. Kusdibyo & A. Februadi, "The Effect of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction and Loyalty in Online Shopping," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Vol. 662, 2019, hlm. 1–6.

Pembeliakan tertarik karena detail barang yang jelas disertai keterangan jelas tentang barang tersebut meliputi harga, ukuran, jumlah, dan semua informasi yang akan meyakinkan pembeli. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada produsen harus dijaga dengan baik karena kredibilitas produsen sangat dipertaruhkan disini. Produsen harus menjaga nama baik, tepat waktu dalam pengiriman, sifat ramah, ramah dalam membalas atau merespon pesan yang dikirim oleh konsumen serta barang yang dijanjikan haruslah sama.³⁸

3. Biaya Pengiriman

a. Pengertian Biaya Pengiriman

Biaya merupakan pengeluaran yang mempunyai hubungan langsung dengan usaha atau kegiatan usaha dalam rangka untuk memperoleh, mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan.³⁹ Konsep biaya dalam perspektif Islam berbeda dengan konsep konvensional dalam ekonomi konvensional memberikan biaya sebagai *price of capital* karena itu ada biaya atas bunga yang digunakan sedangkan biaya dalam Islam melarang bunga karena Bungan adalah riba dan riba adalah haram ekonomi Islam menyepakati siapa yang menanggung

³⁸ Samaa Elnagar, "Using Deep Learning to Enhance Electronic Service Quality: Application to Real Estate Websites," *arXiv*, Jul 2024.

³⁹ Juli Ratnawati Dan Retno Indah Hermawati, *Dasar-Dasar Perpajakan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 271.

biaya.⁴⁰ Biaya juga dijelaskan dalam salah satu ayat Al-Qur'an surah Al-Qasas ayat 26.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيُّ
الْأَمِينُ ٢٦

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya"⁴¹

Tafsir Al-Muyassar menjelaskan salah seorang wanita itu berkata kepada ayahnya “wahai ayah jadikanlah ia orang yang bekerja mengembala ternak untukmu sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan orang untuk mengembalikan ternak adalah orang yang kuat unyulk menjaga ternakmu lagi dapat dipercaya dan tidak perlu di khawatirkan ia akan berhianat dalam urusan yang engkau percayakan padanya”.⁴²

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa biaya menjadi salah satu bagian yang tidak boleh dihiraukan baik itu dalam jumlah pengambilan biaya yang di ambil ataupun jenis biaya kara apabila salah dalam pengambilan biaya maka akan terkena riba dimana riba itu haram dalam Islam dan harus di

⁴⁰ Nurlina, dkk, *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam Dan Konvensional*, (Jakarta: Cv Media, 2020). hlm. 110.

⁴¹ QS. Al-Qashas [28]:26, terj. Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

⁴² <https://tafsirweb.com/7405-surat-ali-qasas-ayat-26html> di Akses Pada Tanggal 25 november 2021, Pukul 21: 32.

jauhi agar usaha yang dilakukan berkah dunia dan akhirat. Biaya pengiriman kantor Pos Padangsidempuan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel II.1
Tarif Pengiriman PT. Pos Padangsidempuan

No	Kode Pos	Kota	Tarif PER(KG)
			Kilat
1.	20800	Stabat	Rp.12.000
2.	21100	Pematang siantar	Rp.12.000
3.	21200	Kisaran	Rp.12.000
4.	21300	Tanjung balai	Rp.12.000
5.	21400	Rantau parapet	Rp. 12.000
6.	22100	Kabanjahe	Rp. 12.000
7.	22200	Sidikalang	Rp. 12.000
8.	22300	Balige	Rp. 12.000
9.	22400	Tarutung	Rp.10.000
10.	22500	Sibolga	Rp. 10.000
11.	22600	Tapanuli Tengah	Rp. 12.000
12.	22700	Padangsidempuan	Rp. 12.000
13.	22800	Gunung Sitoli	Rp. 10.000
14.	23000	Banda Aceh	Rp. 12.000
15.	23500	Sabang	Rp. 12.000
16.	23600	Melaboh	Rp. 12.000
17.	23700	Tapak Tuan	Rp. 12.000
18.	23900	Janto	Rp. 12.000
19.	24100	Sigli	Rp. 12.000
20.	24200	Bireuen	Rp. 12.000
21.	24200	Lhokseumawe	Rp. 12.000
22.	22911	Mandailing Natal	Rp. 12.000
23.	22765	Padang Lawas	Rp. 12.000

Sumber: Kantor Pos Padangsidempuan

Sehingga dapat di simpulkan bahwa biaya pengiriman adalah harga yang dikeluarkan seorang pengirim untuk biaya jasa atas pengiriman barang yang dilakukannya di sebuah jasa pengiriman biasanya biaya pengiriman dapat didasarkan pada

seberapa banyak dan jarak waktu yang ditempuh untuk biaya pengiriman.

b. Fungsi Biaya Pengiriman

Dalam biaya keberadaannya merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu pemerosesan suatu produksi maupun jasa serta yang lainnya maka ada beberapa fungsi pembiayaan yaitu:

1. Dengan menjamin kelancaran kegiatan operasional

Biaya bias berfungsi untuk penjamin atau menjamin dari suatu kegiatan dalam kelancarannya dalam aktivitas operasional sehari-hari. Apabila tidak ada atau tanpa adanya biaya, maka suatu keperluan dari kegiatan perusahaan tidak bias di laksanakan atau dengan kata lain tidak bias terpenuhinya, sehingga akan sangat terganggu dan menghambat seluruh kegiatan dari satu produksi dan kegiatan jasa serta kegiatanoperasional lainnya.

2. Digunakan sebagai dasar dari perhitungan harga pokok penjualan

Adapun fungsi lainya dari biaya adalah dapat digunakan sebagai dasar dari pokok penjualan, karena perhitungan harga pokok penjualan harus diperhitungkan sebelum produk tersebut di pasarkan ke masyarakat dan tentunya harga dari satu produk tersebut harus sudah di

tetapkan dan ditentukan sebelumnya. Dalam perhitungannya untuk harga pokok penjualan tersebut bias di hitung dari seluruh akumulasi biaya-biaya yang sudah dikeluarkan oleh suatu dari perusahaan tersebut yang sesuai dengan perencanaan dan tyujuan dari perusahhan tersebut yang ingin dicapai.

3. Dijadikan sebagai tolak ukur dalam penentu laba

Dalam penentuan laba ataupun margin dari laba tersebut dapat di ketahui dari seberapa besarnya biaya dari keseluruhan yang sudah terserap serta ada rincian yang jelas dari penggynaan biaya tersebut.⁴³

c. Klasifikasi Biaya

Kalsifikasi dari biaya itu sendiri dapat di bagi dari beberapa jenis, berdasarkan suatu biaya intensitas terjadinya beriku jenis-jenis biaya:

1. *Fixed Cost*/Biaya Tetap

Jenis biaya kali ini yaitu suatu biaya yang tetap dengan arti bahwa biaya yang akan tetap dalam jumlah besarnya dan tidak akan berubah karena volume ataupun beserta kegiatan ataupun aktifitas yang tidak akan mempengaruhinya.

⁴³ Pandriani, dkk, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2023), hlm 76.

Oleh karenanya biaya tetapnya untuk perunit akan berbanding tidak searah dengan perubahan dari kapasitas dari aktifitasnya. Semakin besarnya suatu aktifitasnya maka akan semakin kecil untuk biaya tetap per unitnya. Namun tentunya biaya tetap ini ada batasan dari nilai kapasitas tertentu terutama untuk penentuan dari biaya tetap produksi.

2. *Variable Cost* / Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya dari keseluruhan atau total dari biaya yang akan selalu berbeda dengan mengikuti dari setiap kegiatan maupun aktifitasnya. Nilai dari biaya variabel tentunya akan berbanding searah dengan pergerakan dari volume perkegiatannya. Dengan kata lain bahwa semakin tinggi volume dari aktifitasnya maka akan semakin tinggi juga biaya variabelnya.

3. *Mixed Cost*/ Biaya Campuran

Didalam biaya campuran ini terdapat aspek dari biaya tetapnya dan biaya variabel, dikarenakan untuk biaya tetapnya ditentukan sebagai total dari biaya minimumnya didalam menunjang kegiatannya, sedangkan untuk biaya variabel hanya akan mempengaruhi dari volume kegiatannya.⁴⁴

⁴⁴ Pandriani, dkk, *Pengantar Ekonomi Makro*, hlm. 78.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan hasil-hasil yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Shintia Juniariska, Universitas Islam Malang, Skripsi, 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Pos Indonesia Cabang Gempol	Secara Keseluruhan Analisis Regresi Linear Berganda Dan Uji Hipotesis Dapat Di Simpulkan Bahwa Secara Simultan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Pengiriman Dan Tariff Pengiriman Bepengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Pos Indonesia Cabang Gempol
2.	Muhammmad Haikal Aliftian Nantigirl, Sri Handayani, Dan Veonikan, Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistic, Vol. 7, No. 2, 2021	Pengaruh Brand Image Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021.	Secara Keseluruhan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Dan Uji Hipotesis Dapat Di Simpulkan Bahwa Secara Simultan , Brand Image Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Bepengaruh , Secara Parsial Brand Image Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021..
3.	Tania, Universitas Putera Batam, 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa: Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh

		Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam	Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam, Ketepatan Waktu Dan Fasilitas Memiliki Pengaruh Pada Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam
4.	Sri Oktamala Dan Eva Zuraidah, Jurnal Prosisko, Vol. 8, No. 2, 2021	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual	Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Kelima Dimensi Kualitas Pelayanan Terdapat Nilai Kesenjangan Harapan Dan Kenyataan Jasa Yang Diterima Pelanggan Benilai Negative Dan Kurang Dari Satu, Hal Ini Belarti Masih Masih Belum Terpenuhinya Harapan Pelanggan Secara Maksimal.
5.	Sri Wahyuni Nasution Dan Fitri Ayu Nofirda, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba Vol. 1 No. 1, 2023	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru(Studi Kasus Pada J&T Express Paying Sekaki).	Hasil Penelitian Menunjukkan Terdapat Hubungan Yang Signnifikan Antara Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Hubungan Tersebut Besifat Positif..

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah sebagai berikut:

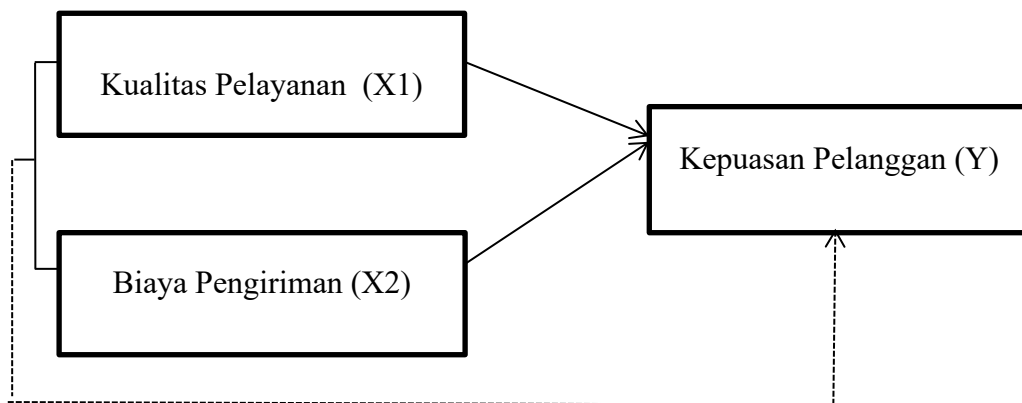
1. Prsamaan penelitian shintia juniariska dengan penelitian peneliti adalah sama sama meneliti tentang kepuasan pelanggan sebagai variabel Y sedangkan perbedaanya pada jenis penelitian dimana

- jenis penelitian peneliti terdahulu adalah kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif
2. Persamaan penelitian Muhammad Haikal Aliftian Nantigirl, Sri Handayani, Dan Veonikan, dengan peneliti adalah sama-sama jenis penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya pada lokasi penelitian dimana lokasi penelitian peneliti terdahulu ada pada kantor J&T J&T Express Cabang Bekasi sedangkan peneliti pada kantor Pos Padangsidimpuan
 3. Persamaan penelitian Tania dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai kepuasan pelanggan dan digunakan sebagai variabel Y sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian dimana lokasi peneliti terdahulu di Ekspedisi Lion Parcel Di Batam sedangkan peneliti di kantor Pos Padangsidimpuan.
 4. Persamaan penelitian Sri Oktamala Dan Eva Zuraidah dengan penelitian peneliti adalah sama- sama jenis penelitian kualitatif dan perbedaannya pada lokasi yang berbeda jika peneliti terdahulu pada kantor Pos Cabang Belitang sedangkan peneliti pada kantor Pos Padangsidimpuan
 5. Persamaan penelitian Sri Wahyuni Nasution Dan Fitri Ayu Nofirda, dengan peneliti adalah sama- sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel Y dan perbedaannya adalah pada jenis penelitiannya jika peneliti terdahulu memiliki jenis penelitian kuantitatif sedangkan peneliti jenis penelitian kualitatif.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini di gambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan :

- : Berpengaruh secara parsial
- : Berpengaruh secara simultan
- X1 : Variabel kualitas pelayanan
- X2 : Variabel biaya pengiriman
- Y : Variabel kepuasan pelanggan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui data empiris dalam penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji berdasarkan data yang diperoleh di

lapangan¹. Secara umum, hipotesis merupakan dugaan logis mengenai hubungan antara dua atau lebih variabel yang disusun dalam bentuk pernyataan dan dapat diuji secara ilmiah². Berdasarkan tujuan penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha₁: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Ho₁: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Ha₂: Ada pengaruh biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Ho₂: Tidak ada pengaruh biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Ha₃: Ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Ho₃: Tidak ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos Padangsidempuan, Jl. Merdeka No. 5, Kantin, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara, 22179. Proses penelitian ini dilaksanakan peneliti mulai dari bulan Oktober 2023 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang spesifik.⁴⁵ Penelitian kuantitatif adalah survei yang memproses data numerik, numerik (skor atau peringkat atau frekuensi), menganalisisnya menggunakan statistik, dan menjawab pertanyaan atau hipotesis survei tertentu. Memprediksi bahwa variabel yang tidak diselidiki diperlukan. Putuskan untuk menggunakan pendekatan positif.⁴⁶

⁴⁵Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media publishing, 2015), hlm. 18-19.

⁴⁶Basuki, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.), hlm. 5.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷ Dalam konteks statistik, populasi merupakan sekumpulan data yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi objek inferensi atau analisis.⁴⁸ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan. Berdasarkan data observasi awal, rata-rata jumlah pelanggan yang datang setiap harinya mencapai sekitar 250 orang, sehingga jumlah tersebut dijadikan sebagai dasar penetapan populasi dalam penelitian ini.⁴⁹

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁰ Pengambilan sampel dilakukan ketika jumlah populasi terlalu besar, sehingga peneliti tidak mungkin menjangkau seluruh populasi dalam waktu, tenaga, dan biaya yang terbatas. Oleh karena itu, diperlukan teknik sampling untuk memperoleh data yang representatif.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 117.

⁴⁸ Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008, hlm. 45.

⁴⁹ Hasil observasi langsung peneliti di Kantor Pos Padangsidimpuan pada bulan Juni 2025.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 118.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan dengan rata-rata jumlah kunjungan sekitar 250 orang per hari. Peneliti menggunakan teknik *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dianggap cocok sebagai responden. Teknik ini digunakan karena sifat penelitian yang bersifat deskriptif dan dilakukan di lokasi pelayanan secara langsung kepada pelanggan yang sedang melakukan transaksi.

Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus *slovin* untuk memperkirakan jumlah responden yang representatif dari populasi, dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Dengan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (250 orang)

e = tingkat kesalahan (0,1)

$$n = \frac{250}{1 + 250(0,1)^2} = \frac{250}{1 + 2,5} = \frac{250}{3,5} \approx 71,4$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 72 responden.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni, sumber asli yang memuat informasi atau data yang bersangkutan.⁵¹ Adapun yang menjadi sumber data berupa para pelanggan di kantor Pos Padangsidempuan dan data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan sudah diolah sebelumnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun pun teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan, melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut, diaman semua mencakup peristiwa yang terjadi bukan hanya mengukur sikap responden namun secara keseluruhan.⁵²

2. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penyediaan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian ini, wawancara menajadi salah satu cara pengumpulan data penelitian yang dilakukan dengan

⁵¹Muhammad Syakroni, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. (Cirebon: PT. Ar Rad Pratama, 2023), hlm. 26.

⁵²Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Pascal Books, 2021), hlm. 289.

cara tatap muka antara peneliti dan responden.⁵³ Wawancara yang di lakukan yaitu dengan beberapa para pelanggan kantor Pos Padangsidimpuan dan para staff.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan bersifat terbuka jika opsi jawaban tidak di tentuka sebelumnya dan bersifat tertutup jika opsi jawaban telah di sediakan sebelumnya.⁵⁴

Pada angket penelitian peneliti yang sesungguhnya peneliti menggunakan skala ordinal sebagai skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Jawaban pada setiap item instrumen yang menggunakan skala ordinal mempunyai skor yang dapat berupa angka-angka. Adapun skor yang diterapkan untuk pertanyaan pada angket ini adalah:

Tabel III.1
Skor Penilaian Angket

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

⁵³Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 148.

⁵⁴Ma'ruf Abdullah, hlm. 150.

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor pernyataan
Kepuasan pelanggan (Y)	1. Kepercayaan	1,2
	2. Keamanan	3,4
	3. Kenyamanan	5,6
	4. Loyalitas	7,8
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Kehandalan	1,2
	2. Daya Tanggap	3,4
	3. Jaminan	5,6
	4. Empati	7,8
	5. Bukti Fisik	9,10
Biaya pengiriman (X2)	1. Harga	1,2
	2. Jumlah Pesanan	3,4
	3. Waktu Pengiriman	5,6

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu.

Dokumentasi dapat melalui komposisi, gambar, atau karya seseorang. Dalam strategi ini, struktur yang tersusun digunakan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Alat ukur dikatakan efektif apabila dapat mengukur apa yang dibutuhkan. Uji validasi digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian digunakan dengan aplikasi SPSS 23. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument penelitian di katakana valid.

- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian di katakan tidak.⁵⁵

2. Reliabilitas Instrumen

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari alat pengukuran (*measurement error*). Sedangkan uji realibilitas instrument untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ maka instrument di katakan reliabel.
- b. Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka instrument di katakan tidak reliabel.⁵⁶

G. Tenik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji model regresi, apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam uji normalitas adalah uji *one sample Kolmogorov-smirnov*. Pengambilan keputusan dari uji normalitas dengan metode uji *one sample Kolmogorov-Smirnov*, kriteria uji adalah sebagai berikut:

⁵⁵Budi Darma, *Statitiska Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), hlm. 7.

⁵⁶Budi Darma, hlm.17.

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan nilai residual tidak berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan nilai residual berdistribusi normal.⁵⁷

2. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi kurang dari 0,1.⁵⁸

3. Uji Asumsi Klasik

Uji ini pada dasarnya untuk melihat ada tidaknya signifikan antara variabel dan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$, tidak terjadi

⁵⁷Dwi Priyanto, hlm.18.

⁵⁸Agus Irianto, *Statistik konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana Praenada Media Group, 2020), hlm. 387.

multikolinieritas, namun jika nilai *tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Namun, jika $VIF > 10$ maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.⁵⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan lain tetap, disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak mengandung heteroskedastisitas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari $0,10$ (10%) maka persamaan regresi tersebut mengandung Heteroskedastisitas dan sebaliknya.⁶⁰

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda pada umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linear. Pengaruh variabel independen karena dengan demikian, analisis regresi linier digunakan untuk

⁵⁹ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2016) hlm. 87.

⁶⁰ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Depuplish, 2019), hlm.122.

mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terkait terhadap satu variabel atau lebih variabel. ⁶¹

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b₁ dan b₂ : Koefisien Variabel

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Biaya Peniriman

e : *Standard Error*

Sedangkan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1KPN + b_2BP + e$$

Keterangan:

KP : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b₁ dan b₂ : Koefisien Variabel

KPN : Kepuasan Pelayanan

Bp : Biaya Prngiriman

e : *Standard Error*

⁶¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), hlm 275.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kecocokan ataupun ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi mendeskripsikan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan ada antara X dan Y
- 2) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y.⁶²

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau disebut juga uji parsial yaitu uji untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan signifikansi 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:⁶³

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

⁶²Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 184.

⁶³ Sugiyono, hlm 279.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian menggunakan signifikansi 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁶⁴

⁶⁴Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hlm. 225-229.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Umum PT POS Indonesia (PERSERO)

PT. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berperan penting dalam mendukung sistem logistik dan komunikasi nasional. Perusahaan ini memiliki sejarah panjang yang bermula pada masa pemerintahan Hindia Belanda, dengan pendirian kantor pos pertama di Batavia (kini Jakarta) pada tahun 1746. Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini mengalami berbagai perubahan bentuk organisasi dan nama, hingga secara resmi menjadi PT. Pos Indonesia pada tahun 1995. Sebagai perusahaan milik negara, PT. Pos Indonesia memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan yang menjangkau seluruh pelosok tanah air, termasuk wilayah-wilayah terpencil yang tidak terjangkau oleh jasa logistik swasta.

Dalam menjalankan operasionalnya, PT. Pos Indonesia tidak hanya berfokus pada layanan pengiriman surat dan paket, tetapi juga memperluas usahanya ke berbagai sektor, seperti jasa logistik, keuangan, ritel, dan properti. Inovasi dan diversifikasi usaha ini dilakukan sebagai respon terhadap perkembangan zaman dan perubahan kebutuhan masyarakat. Dalam bidang jasa keuangan, Pos Indonesia menawarkan layanan seperti pengiriman uang, pembayaran tagihan, dan produk perbankan kerja sama dengan bank. Sementara

di bidang logistik, Pos Indonesia menyediakan layanan pengiriman barang skala besar, pergudangan, dan manajemen rantai pasok (supply chain management) yang semakin dibutuhkan dalam era digital dan perdagangan daring (e-commerce).

Dari sisi jaringan, PT. Pos Indonesia memiliki salah satu infrastruktur logistik dan distribusi terluas di Indonesia. Terdapat lebih dari 4.000 kantor pos serta 28.000 agen pos yang tersebar di seluruh provinsi dan kabupaten/kota di Indonesia. Jaringan yang luas ini menjadi keunggulan kompetitif perusahaan dalam menjangkau masyarakat di seluruh penjuru negeri, terutama di daerah-daerah yang belum dilayani oleh perusahaan logistik swasta. Jangkauan ini memungkinkan PT. Pos Indonesia berperan sebagai penghubung utama antarwilayah, mendukung pemerataan ekonomi, dan memperlancar arus informasi serta distribusi barang.

Dalam menjalankan visinya sebagai perusahaan pos terpercaya, PT. Pos Indonesia mengusung misi untuk memberikan layanan yang tepat waktu dan bernilai terbaik kepada pelanggan, serta menyediakan lingkungan kerja yang kondusif bagi seluruh karyawan. Perusahaan juga menanamkan nilai-nilai korporat yang terdiri dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif sebagai landasan budaya kerja dalam menghadapi tantangan era industri 4.0. Nilai-nilai ini menjadi pedoman dalam membangun tata kelola

perusahaan yang baik, meningkatkan daya saing, serta membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Keberadaan PT. Pos Indonesia memiliki makna strategis, tidak hanya sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai institusi sosial yang mendukung pembangunan nasional. Peranannya sangat penting dalam mendistribusikan informasi, barang, dan jasa ke seluruh penjuru negeri. Selain itu, kontribusinya terhadap perekonomian nasional juga terlihat dari upayanya dalam membuka lapangan pekerjaan, mendukung pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta menjembatani kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa yang aman, terjangkau, dan merata.

2. Visi dan Misi PT POS Indonesia (PERSERO)

Visi PT POS Indonesia (PERSERO)

Menjadi perusahaan logistik berskala global yang tangguh dan berorientasi pada pelanggan

Misi PT POS Indonesia (PERSERO)

- 1) Membangun ekosistem bisnis logistik BUMN yang efisien dan berkelanjutan
- 2) Fokus pada pengalaman pelanggan di setiap layanan
- 3) Kuatkan jaringan layanan digital, baik lokal maupun internasional
- 4) Kembangkan SDM yang kompetitif dan organisasi yang customer centric

- 5) Jaga kepercayaan semua stakeholder lewat tata kelola yang mantap

3. Struktur Organisasi Kantor Pos Padangsidimpuan

LAMPIRAN III
KEPUTUSAN DIREKSI PT POS INDONESIA (PERSERO)
NOMOR : KD.064/DIRUT/1124
TANGGAL : 13 NOVEMBER 2024

STRUKTUR ORGANISASI KANTOR CABANG



Ditetapkan di : Bandung
Pada Tanggal : 13 November 2024



B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pos Padangsidempuan, yang terletak di Jl. Merdeka No. 5, Kantin, Kecamatan Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara. Kantor Pos ini merupakan bagian dari PT Pos Indonesia yang melayani pengiriman surat, paket, pembayaran tagihan, dan layanan logistik lainnya. Kantor ini melayani rata-rata 250 pelanggan per hari, dengan pelayanan utama dilakukan oleh satu petugas customer service. Lokus ini dipilih karena tingginya frekuensi penggunaan layanan dan adanya keluhan konsumen terkait biaya pengiriman dan kualitas pelayanan.

Peneliti melakukan survei langsung terhadap pelanggan yang datang dengan menggunakan kuesioner, serta dilengkapi dengan observasi dan wawancara. Jumlah responden yang dijadikan sampel adalah 71 orang, berdasarkan teknik purposive sampling dengan rumus Slovin dan margin of error sebesar 10%.

Tabel IV.1

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 25 tahun	20	28,2%
25–35 tahun	26	36,6%
36–45 tahun	15	21,1%
> 45 tahun	10	14,1%
Total	71	100%

Sumber: Data diolah, 2025.

Responden didominasi oleh usia produktif, terutama kelompok usia 25–35 tahun (36,6%), yang kemungkinan besar memiliki kebutuhan rutin akan jasa pengiriman untuk keperluan bisnis maupun personal.

Tabel IV.2

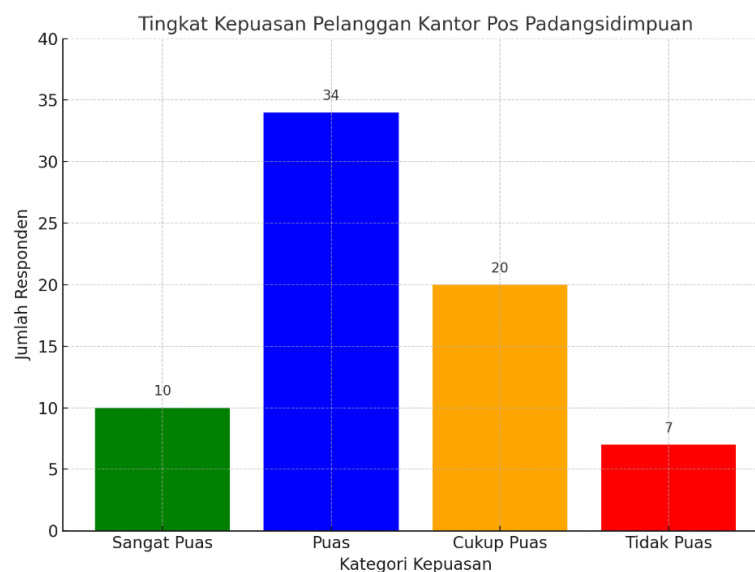
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan

Skor Kepuasan (Interval)	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
61–75	Sangat Puas	10	14,1%
46–60	Puas	34	47,9%
31–45	Cukup Puas	20	28,2%
≤ 30	Tidak Puas	7	9,8%
Total		71	100%

Sumber: Data diolah, 2025.

Sebagian besar pelanggan (47,9%) merasa puas terhadap layanan Kantor Pos Padangsidimpuan. Namun masih terdapat sekitar 38% responden yang hanya merasa cukup puas atau bahkan tidak puas, menunjukkan perlunya peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan.

Gambar IV. 1
Tingkat Kepuasan Pelanggan



Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan grafik distribusi tingkat kepuasan pelanggan, terlihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 34 orang (47,9%) berada pada kategori Puas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai pelayanan dan biaya pengiriman di Kantor Pos Padangsidimpuan telah memenuhi harapan mereka, meskipun belum mencapai kategori sangat memuaskan. Sebanyak 20 orang (28,2%) berada pada kategori Cukup Puas, yang menunjukkan bahwa mereka masih merasakan beberapa kekurangan dalam pelayanan, seperti antrian panjang, keterlambatan pengiriman, atau kurangnya informasi yang jelas mengenai biaya tambahan. Sementara itu, 10 responden (14,1%) merasa Sangat Puas, menunjukkan bahwa ada sebagian kecil pelanggan yang menerima layanan melebihi harapan mereka, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun biaya pengiriman yang kompetitif.

Namun, perlu menjadi perhatian bahwa masih terdapat 7 orang (9,8%) yang merasa Tidak Puas. Ini menunjukkan adanya kelemahan nyata dalam aspek pelayanan maupun transparansi biaya, yang perlu segera diperbaiki oleh pihak manajemen Kantor Pos untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, meskipun tingkat kepuasan tergolong cukup baik, namun fakta bahwa lebih dari sepertiga responden belum sepenuhnya puas menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk peningkatan kualitas pelayanan, penambahan jumlah petugas, serta transparansi informasi biaya kirim.

Data menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan, masih terdapat proporsi signifikan yang merasa tidak puas atau hanya cukup puas, terutama karena keterlambatan pengiriman, antrean panjang, dan jumlah petugas yang terbatas. Faktor-faktor ini akan dianalisis lebih lanjut dengan uji statistik regresi linear berganda untuk melihat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

C. Analisis Data

Dalam bab ini, peneliti menyajikan hasil pengolahan data kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Pengujian dilakukan terhadap pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan biaya pengiriman (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Kantor Pos Padangsidimpuan. Analisis ini meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap seluruh item kuesioner dengan melihat nilai *r-hitung* dibandingkan dengan *r-tabel*. Dengan jumlah responden sebanyak 71 orang dan taraf signifikan 0,05, maka nilai *r-tabel* adalah sebesar 0,233. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel X_1 , X_2 , dan Y memiliki *r-hitung* $> 0,233$, yang berarti seluruh item valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas diukur dengan nilai Cronbach's Alpha. Kriteria reliabilitas adalah nilai alpha $> 0,6$.

Tabel IV. 3

Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,812	Reliabel
Biaya Pengiriman (X_2)	0,792	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,806	Reliabel

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6, artinya instrumen penelitian reliabel.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov One Sample Test dengan hasil sebagai berikut:

Tabel VI. 4

Hasil Uji Normalitas

N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
71	0,732	0,200

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar $0,200 > 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear. Uji dilakukan dengan SPSS melalui *Test for Linearity*.

Tabel IV. 5

Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Linearity	Sig. Deviation from Linearity	Ket.
X ₁ → Y (Kualitas Pelayanan)	0,000	0,172	Linear
X ₂ → Y (Biaya Pengiriman)	0,000	0,196	Linear

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Nilai signifikansi untuk Linearity $< 0,05$ (berarti hubungan signifikan). Nilai Deviation from Linearity $> 0,05-0,1$, menunjukkan tidak ada penyimpangan dari linearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan dependen bersifat linear, dan asumsi linearitas terpenuhi.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen. Analisis dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor).

Tabel IV. 6**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,742	1,348
Biaya Pengiriman (X_2)	0,742	1,348

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen. Artinya, masing-masing variabel bebas berdiri sendiri dan tidak saling memengaruhi secara kuat, maka model layak digunakan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser Test.

Tabel IV. 7**Hasil Uji Glejser (Heteroskedastisitas)**

Variabel Independen	Sig. (p-value)
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,251
Biaya Pengiriman (X_2)	0,387

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Nilai signifikansi untuk masing-masing variabel $> 0,1$, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Ini menunjukkan bahwa data residual memiliki varians yang homogen, dan asumsi klasik heteroskedastisitas terpenuhi.

5. Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk “meramalkan keadaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua.”

Tabel IV. 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constanta)	5,421	1,102		4,920	0,000
Kualitas Pelayanan	0,385	0,079	0,601	4,895	0,000
Biaya Pengiriman	0,276	0,084	0,328	3,276	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Dari data uji hasil regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$KP = a + b_1KP + b_2BP + e$$

Persamaan Regresi Linear Berganda:

$$KP = 5,421 + 0,385 KP + 0,276 BP + 1,102$$

a. Konstanta = 5,421

Jika terdapat variabel kualitas pelayanan (KP), variabel biaya pengiriman (BP) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan nilainya adalah 5,421.

b. $b_1 = 0,385$

Koefisien variabel kualitas pelayanan (KP) adalah 0,385 artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar $0,385 + 5,421 = 5,806$ dengan anggapan variabel yang lain tetap.

c. $b_1 = 0,276$

Koefisien variabel biaya pengiriman (BP) adalah 0,276 artinya variabel biaya pengiriman mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel biaya pengiriman maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar $0,276 + 5,421 = 5,697$ dengan anggapan variabel yang lain tetap.

6. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV. 10
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients*						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constanta)	5,421	1,102		4,920	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,385	0,079	0,601	4,895	0,000
	Biaya Pengiriman	0,276	0,084	0,328	3,276	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh keterangan bahwa Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar $4,895 > t_{tabel} 1,995$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan.

Nilai t_{hitung} biaya pengiriman sebesar $3,276 > t_{tabel} 1,995$, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV. 11

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA*						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128,532	2	64,266	38,745	0,000
	Residual	93,468	56	1,670		
	Total	222,000	58			
a. Dependent Variabel: Kepuasan pelanggan						
b. Predictors: (Constant) kualitas pelayanan, biaya pengiriman						

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) melalui analisis ANOVA, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $38,745 > F_{tabel} 3,13$ maka H_{a3} diterima dan h_{03} ditolak. Sebagaimana dasar pada uji F, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X_1 dan X_2) dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen (Y). Uji ini menggunakan nilai R Square (R^2).

Tabel IV. 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square (R^2)	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
1	0,782	0,612	0,600	1,045

Sumber: Hasil output SPSS (diolah), 2025.

Hasil uji determinasi R squer dengan 0,612 atau sama dengan 61,2%. Nilai artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan sebesar 61,2% sedangkan sisinya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis statistik mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan, serta interpretasi kualitatif berdasarkan wawancara dan observasi lapangan. Pembahasan juga dikaitkan dengan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu untuk memperkuat pemahaman terhadap variabel-variabel yang diteliti.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh keterangan bahwa Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar $4,895 > t_{tabel} 1,995$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Secara kualitatif, hasil ini didukung oleh beberapa tanggapan pelanggan dalam wawancara. Meskipun terdapat keluhan terkait keterbatasan tenaga customer service dan waktu tunggu yang lama, beberapa pelanggan tetap mengapresiasi sikap ramah dan kemampuan pelayanan petugas. Faktor ini menunjukkan bahwa dimensi keandalan, empati, dan daya tanggap dalam SERVQUAL tetap menjadi penentu utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan.⁶⁵

Penemuan ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan memberikan persepsi positif kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas.⁶⁶ Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip "ihsan" (berbuat baik) sebagaimana dalam QS. Al-Qashash [28]:77 juga menekankan pentingnya memberikan pelayanan dengan niat baik dan integritas, yang berdampak pada keberkahan usaha dan kepuasan pelanggan.⁶⁷

⁶⁵ Dwi Arli, et al., "The Impact of SERVQUAL on Consumers' Satisfaction, Loyalty, and Intention to Use Food Delivery Services," *Journal of Foodservice Business Research* (2024), <https://doi.org/10.1080/10496491.2024.2372858>.

⁶⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow: Pearson Education Limited, 2016).

⁶⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Qashash [28]:77.

2. Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t_{hitung} biaya pengiriman sebesar $3,276 > t_{tabel} 1,995$, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Secara naratif, beberapa responden menyebutkan bahwa tarif jasa Kantor Pos relatif lebih murah dibandingkan ekspedisi lain, dan menjadi alasan utama mereka tetap menggunakan layanan pos meskipun dari segi kecepatan belum memuaskan. Hal ini mempertegas teori value for money yang menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas jika biaya yang dikeluarkan sepadan dengan manfaat yang diterima.⁶⁸

Dalam konteks ekonomi syariah, keadilan dalam penetapan harga sangat ditekankan. Sebagaimana QS. Al-Qashash [28]:26, kepercayaan dan kekuatan dalam pelayanan termasuk dalam prinsip-prinsip transaksi yang amanah.⁶⁹ Penetapan biaya pengiriman yang transparan dan tidak mengandung unsur manipulatif (gharar) akan membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan.

3. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Biaya Pengiriman

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) melalui analisis ANOVA, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $38,745 > F_{tabel} 3,13$ maka H_{a3} diterima dan h_{03} ditolak. Sebagaimana dasar pada uji F, maka dapat disimpulkan

⁶⁸ Analysis of Customer Satisfaction Level on Service Quality, Price, Service and Word of Mouth," *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 2, no. 5 (2024): hml. 294–307.

⁶⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Qashash [28]:26.

bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Shintia Juniariska yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia.⁷⁰ Selain itu, hasil ini menguatkan teori dari Tjiptono bahwa kualitas pelayanan dan harga adalah dua komponen kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam jasa logistik.⁷¹

Secara kualitatif, data wawancara menunjukkan bahwa faktor pelayanan yang lambat dan antrean panjang menjadi keluhan utama. Namun, faktor biaya yang murah dan pelayanan yang tetap ramah menjadi alasan pelanggan tetap menggunakan jasa Kantor Pos. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya menilai satu aspek, tetapi membuat pertimbangan holistik berdasarkan kombinasi antara harga dan pelayanan.

Secara umum, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa Kantor Pos Padangsidimpuan memiliki peluang besar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan kualitas pelayanan dan pengelolaan biaya pengiriman yang efisien. Meskipun

⁷⁰ Shintia Juniariska, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Bengkulu* (Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu, 2020).

⁷¹ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2008).

sudah memiliki harga kompetitif, perbaikan dari sisi manajemen pelayanan seperti penambahan petugas, penyediaan nomor antrian, serta peningkatan ketepatan waktu akan memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari perspektif ekonomi Islam, pelayanan yang berkualitas dan harga yang adil tidak hanya berdampak pada nilai ekonomi tetapi juga nilai spiritual dalam membangun bisnis yang berkah, jujur, dan amanah.

E. Keterbatasan Penelitian

Dalam setiap kegiatan penelitian, tentu terdapat beberapa keterbatasan yang tidak dapat dihindari. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Waktu dan Responden

Penelitian ini hanya dilakukan dalam kurun waktu tertentu, sehingga pengambilan data terbatas pada 71 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Hal ini dapat mempengaruhi representasi seluruh populasi pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan.

2. Fokus Variabel Terbatas:

Penelitian ini hanya memfokuskan pada dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan biaya pengiriman. Padahal, dalam realitasnya, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kecepatan pengiriman, keamanan barang, pelayanan kurir, maupun sistem pelacakan digital yang belum diteliti secara mendalam.

3. Pendekatan Statistik Saja

Pengujian dilakukan secara kuantitatif dengan bantuan aplikasi SPSS tanpa memperluas pendekatan kualitatif seperti triangulasi dengan pihak manajemen Kantor Pos atau pembanding dari jasa ekspedisi lain, sehingga konteks dan dinamika internal perusahaan belum tergambar secara menyeluruh.

4. Keterbatasan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian hanya terbatas pada Kantor Pos Padangsidimpuan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke Kantor Pos di wilayah lain yang memiliki karakteristik pelanggan, budaya pelayanan, atau skala operasional yang berbeda.

5. Keterbatasan Alat Ukur Kepuasan

Skala pengukuran kepuasan pelanggan disusun berdasarkan persepsi sesaat dari responden saat berada di lokasi layanan, sehingga tidak mencakup loyalitas jangka panjang atau pengalaman kumulatif pelanggan terhadap layanan Kantor Pos.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan diatas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman dengan kepuasan pelanggan di Kantor Pos Padangsidimpuan, menunjukkan bahwa data yang diolah dalam penelitian ini yaitu data yang berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian asumsi klasik, kolerasi dan analisis regresi linear berganda yang hasilnya menunjukkan bahwa:

1. Hasil regresi linear berganda diketahui nilai konstanta dalam persamaan linear ini adalah $KP = 5,421 + 0,385 KP + 0,276 BP + 1,102$
 - a. Konstanta = 5,421

Jika terdapat variabel kualitas pelayanan (KP), variabel biaya pengiriman (BP) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidimpuan nilainya adalah 5,421.

- b. $b_1 = 0,385$

Koefisien variabel kualitas pelayanan (KP) adalah 0,385 artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar $0,385 + 5,421 = 5,806$ dengan anggapan variabel yang lain teta

c. $b_1 = 0,385$

Koefisien variabel biaya pengiriman (BP) adalah 0,276 artinya variabel biaya pengiriman mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel biaya pengiriman maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar $0,276 + 5,421 = 5,697$ dengan anggapan variabel yang lain tetap.

2. Hasil uji secara parsial (uji t) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan, hal ini dibuktikan dengan melihat dengan nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar $4,895 > t_{tabel} 1,995$.
3. Hasil uji secara parsial (uji t) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan, hal ini dibuktikan dengan melihat dengan nilai t_{hitung} biaya pengiriman sebesar $3,276 > t_{tabel} 1,995$.
4. Hasil uji simultan (uji F) menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai F_{hitung} sebesar $38,745 > F_{tabel} 3,13$.
5. Hasil uji determinasi R squer dengan 0,612 atau sama dengan 61,2%. Nilai artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Padangsidempuan

sebesar 61,2% sedangkan sisinya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi pelayanan Kantor Pos, khususnya di wilayah Padangsidempuan:

1. **Implikasi Praktis:** Manajemen Kantor Pos perlu memprioritaskan perbaikan sistem pelayanan pelanggan, seperti penambahan petugas customer service, penerapan sistem antrean yang rapi, serta pelatihan pelayanan berbasis empati dan ketepatan waktu. Selain itu, strategi harga pengiriman perlu dijaga agar tetap kompetitif dan disampaikan secara transparan kepada pelanggan.
2. **Implikasi Teoritis:** Penelitian ini memperkuat teori SERVQUAL dan value for money dalam konteks layanan logistik. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa prinsip-prinsip pelayanan dalam ekonomi Islam seperti keadilan, amanah, dan ihsan—sangat relevan dalam membentuk kepuasan pelanggan.
3. **Implikasi Sosial:** Peningkatan pelayanan dan efisiensi biaya pada lembaga jasa publik seperti Kantor Pos tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan secara individual, tetapi juga berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan publik yang adil dan profesional.

C. Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Kantor Pos Padangsidimpuan:

- 1) Meningkatkan jumlah dan kapasitas tenaga pelayanan, khususnya di bagian customer service.
- 2) Menerapkan sistem antrean elektronik untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan.
- 3) Menyediakan informasi tarif dan biaya tambahan secara transparan dan dapat diakses pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- 1) Perlu memperluas cakupan variabel dengan menambahkan dimensi lain seperti kecepatan pengiriman, sistem tracking, dan kualitas pelayanan kurir.
- 2) Menggunakan pendekatan mixed method (kuantitatif dan kualitatif) agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika kepuasan pelanggan.
- 3) Melakukan perbandingan antar perusahaan jasa ekspedisi untuk melihat keunggulan kompetitif masing-masing layanan.

3. Bagi Akademisi dan Pengambil Kebijakan:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam penyusunan kebijakan peningkatan mutu pelayanan publik berbasis prinsip ekonomi Islam dan manajemen mutu modern.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, dkk. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015.
- Angraini Wahyu Pinandari, dkk. *Administrasi Pelayanan Kesehatan Masyarakat*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Asosiasi Logistik Indonesia. *Tren Persaingan Industri Pengiriman Barang di Indonesia*. Jakarta: ALI Press, 2023.
- David H. Bangs. *The Market Planning Guide*, 3rd ed. Chicago: Upstart Publishing Company, 2002.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Lembaga Konsumen Indonesia. *Survei Kepuasan Layanan Pengiriman Nasional 2024*. Jakarta: LKI Press, 2024.
- Moh Nasuka. *Buku Monograf Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Pendekatan Etika Pemasaran Islam*. Jepara: Unisnu Press, 2021.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Popon Srisusilawati. *Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi terhadap Loyalitas Nasabah*. Banyumas: CV Pena Persada, 2020.
- Richard L. Oliver. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill, 1997.
- Khorun Nisa Bahri. *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk UMKM Fesyen Hijab*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Ma'ruf Abdullah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Tjiptono dan Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014.
- Juli Ratnawati dan Retno Indah Hermawati. *Dasar-Dasar Perpajakan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.

Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2008.

Jurnal

Arli, Dwi, et al. "The Impact of SERVQUAL on Consumers' Satisfaction, Loyalty, and Intention to Use Food Delivery Services." *Journal of Foodservice Business Research*, 2024. <https://doi.org/10.1080/10496491.2024.2372858>.

Blut, Markus, Damien Chaney, Renaud Lunardo, Rémi Mencarelli, dan Dhruv Grewal. "Customer Perceived Value: A Comprehensive Meta-analysis." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2024. <https://doi.org/10.1177/10946705231222295>.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Hardana, Ali, dkk. "Analisis Ekonomi Makro Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan)." *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen* 1, no. 4 (Oktober 2022).

———. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022).

———. "Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (April 2022).

Juniariska, Shintia. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Bengkulu*. Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu, 2020.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.

Kusdiby, K., dan A. Februadi. "The Effect of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction and Loyalty in Online Shopping." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 662 (2019).

Mamahit, Joseph J., James D. D. Massie, dan Imelda W. J. Ogi. "Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan WIFI Indihome." *Jurnal EMBA* 10, no. 4 (2022): 2001.

- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing* 49, no. 4 (1985): 41–50.
- "Analysis of Customer Satisfaction Level on Service Quality, Price, Service and Word of Mouth." *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 2, no. 5 (2024): 294–307.
- Seitova, Moldir, et al. "Perceived Service Quality and Student Satisfaction: A Case from Kazakhstani Higher Education." *Frontiers in Education*, 2024. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1492432>.
- Sugiarsih, Rini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang." *Journal of Strategic Communication* 10, no. 1 (2019).
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Lubis, Aswadi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero), Cabang Sibolga." *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (Juni 2019).
- Wang, Cheng-Kun, Mohammad Masukujjaman, Syed Shah Alam, et al. "The Effects of Service Quality Performance on Customer Satisfaction for Non-Banking Financial Institutions in an Emerging Economy." *International Journal of Financial Studies* 11, no. 1 (2023): 33. <https://doi.org/10.3390/ijfs11010033>.
- Zia, Ayesha, et al. "Discovering the Linear Relationship of Service Quality with SERVQUAL Dimensions in Banking." *Paradigm (Emerald)*, 2022. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2020-0023>

Website

- Departemen Agama RI. *Alquran dan Terjemahannya*. Diakses dari: <https://tafsirweb.com/7405-surat-ali-qasas-ayat-26html> pada 25 November 2021 pukul 21:32 WIB.
- Harian Kompas. "Keluhan Konsumen terhadap Biaya Tambahan Jasa Pos". *Kompas.id*, 17 Januari 2024.

ANGKET PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Padangsidimpuan)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Nomor responden :
 Nama :
 Usia :
 Jenis kelamin :
 Alamat :
 Lama menjadi pelanggan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

No	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

4. Semua jawaban Bapak/Ibu dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan tergolong tinggi.					
2.	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat dipercaya dan memenuhi harapan.					
3.	Rasa aman selalu dirasakan saat menggunakan layanan dari					

	perusahaan ini.					
4.	Proses transaksi dan pengiriman sering mengalami hambatan dan terasa kurang nyaman.					
5.	Layanan dari perusahaan ini layak untuk digunakan kembali di masa mendatang.					

2. Pelayanan (X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Biaya pengiriman yang dikenakan tidak sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan					
2.	Ketersediaan diskon atau efisiensi biaya pengiriman untuk jumlah pesanan besar jarang menjadi pertimbangan penting					
3.	Ketepatan waktu pengiriman sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual.					
4.	Biaya pengiriman yang dikenakan tergolong terjangkau dibandingkan layanan sejenis.					
5.	Pertimbangan terhadap biaya pengiriman turut memengaruhi keputusan pembelian produk.					

3. Biaya Pengiriman (X2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Biaya pengiriman yang dikenakan belum sepadan dengan kualitas layanan yang diterima					
2.	Pembeli dengan jumlah pesanan besar seringkali tidak mendapatkan keringanan biaya pengiriman					
3.	Waktu pengiriman telah sesuai dengan estimasi atau janji dari pihak penjual.					
4.	Biaya pengiriman tergolong terjangkau jika dibandingkan dengan layanan serupa.					
5.	Keputusan untuk membeli suatu produk sering dipengaruhi oleh besarnya biaya pengiriman.					

Padangsidempuan, Juli 2025
Responden,

TABULASI DATA MENTAH

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan					Total Skor
	Nomor Butir Angket					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	4	4	4	21
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	4	24
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	4	4	4	21
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	5	21
13	5	5	4	4	4	22
14	5	5	5	4	5	24
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	5	4	5	4	4	22
20	5	5	4	4	5	23
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	4	5	24
23	4	5	4	4	4	21
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	5	4	4	21
28	5	5	5	4	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	4	4	21
32	5	5	5	5	4	24
33	4	4	5	5	4	22
34	5	5	5	5	4	24
35	5	4	5	5	5	24
36	4	4	4	4	4	20

37	4	4	5	4	5	22
38	4	5	5	4	4	22
39	4	4	5	5	4	22
40	5	4	5	5	5	24
41	4	5	5	4	4	22
42	5	4	5	5	4	23
43	4	4	4	4	3	19
44	4	5	4	5	4	22
45	5	5	4	5	5	24
46	5	4	3	4	4	20
47	5	5	5	4	5	24
48	5	5	5	4	4	23
49	4	4	4	5	3	20
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	4	4	4	22
52	5	4	4	4	4	21
53	5	4	4	3	4	20
54	4	4	4	4	3	19
55	5	4	3	4	4	20
56	5	4	4	3	5	21
57	5	4	3	4	4	20
58	5	4	4	3	4	20
59	5	5	5	4	4	23
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	5	5	5	5	24
63	5	4	4	4	4	21
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	4	4	5	23
68	4	4	4	5	4	21
69	4	5	5	4	5	23
70	4	5	5	4	5	23
71	5	5	4	4	5	23
72	5	4	4	4	5	22

2. Pelayanan (X1)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden Variabel Pelayanan					Total Skor
	Nomor Butir Angket					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	4	5	5	24
3	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	5	4	4	4	21
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	5	4	5	22
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	5	4	4	21
15	4	4	4	5	5	22
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	5	4	4	5	4	22
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	4	24
22	5	5	5	4	4	23
23	4	4	4	4	4	20
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	4	5	5	23
26	5	5	4	4	5	23
27	4	5	4	4	4	21
28	4	5	5	5	4	23
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	5	5	22
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	5	4	4	21
35	4	4	4	5	5	22
36	4	5	5	5	4	23
37	4	5	4	5	4	22
38	4	4	5	4	4	21
39	4	4	4	4	5	21
40	4	5	4	5	4	22

41	5	4	5	4	5	23
42	5	5	3	5	5	23
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	5	3	5	5	5	23
46	5	5	4	4	4	22
47	4	4	4	3	4	19
48	4	4	4	4	5	21
49	4	4	4	4	4	20
50	4	5	3	4	4	20
51	5	4	4	4	4	21
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	5	3	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	3	4	4	4	19
56	4	4	5	4	4	21
57	3	3	4	4	4	18
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	5	5	22
60	4	4	5	4	4	21
61	4	4	4	4	4	20
62	5	5	4	5	4	23
63	4	4	5	4	4	21
64	4	5	5	4	4	22
65	4	4	5	4	4	21
66	4	4	5	4	4	21
67	5	4	5	5	5	24
68	4	4	5	5	5	23
69	4	4	5	5	5	23
70	4	4	5	4	4	21
71	4	4	5	5	5	23
72	4	4	5	4	4	21

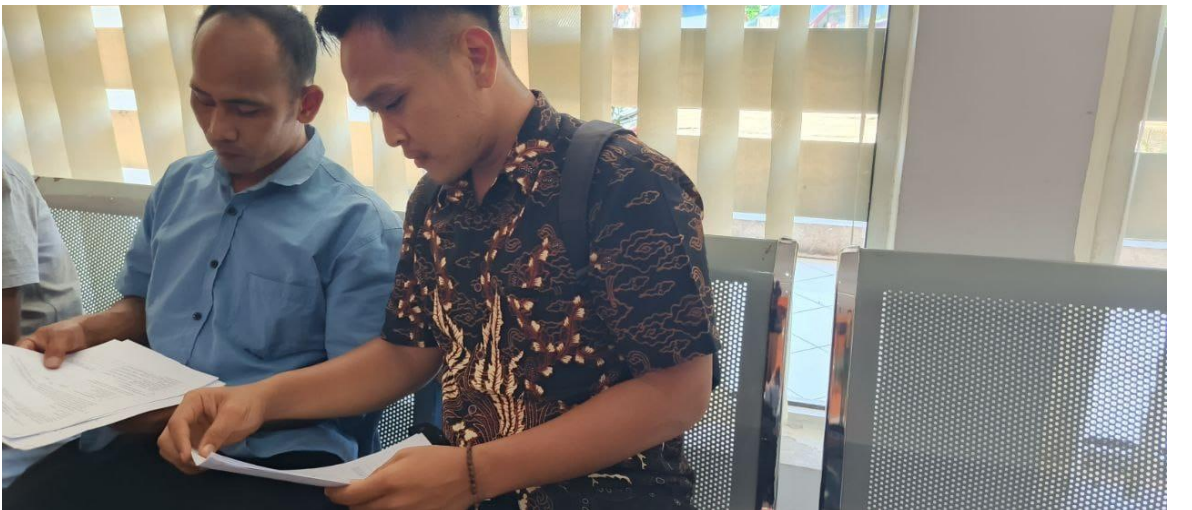
3. Biaya Pengiriman (X2)

No. Responden	Daftar Jawaban Responden Variabel Biaya Pengiriman					Total Skor
	Nomor Butir Angket					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	5	5	4	23
2	4	5	4	5	5	23
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	5	22
5	4	5	4	4	4	21
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	4	4	5	22
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	5	5	4	23
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	4	4	5	22
20	5	5	4	5	4	23
21	4	4	4	4	4	20
22	4	5	5	5	5	24
23	4	4	4	4	4	20
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	4	4	5	23
26	4	5	5	4	5	23
27	4	4	5	4	4	21
28	4	4	5	5	5	23
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	5	4	5	4	22
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	5	4	4	22
34	4	4	5	5	5	23
35	4	5	4	5	5	23
36	5	4	5	5	5	24
37	4	4	5	4	5	22
38	4	4	4	4	5	21
39	4	4	4	4	5	21
40	5	4	5	5	4	23

41	4	4	5	4	5	22
42	4	4	4	5	5	22
43	4	4	4	4	4	20
44	4	5	3	4	4	20
45	4	5	5	5	5	24
46	4	5	4	4	5	22
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	3	4	19
49	4	4	4	5	4	21
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	3	4	4	19
52	3	4	4	4	4	19
53	4	5	5	4	4	22
54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	4	4	4	21
56	4	5	3	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	3	4	4	4	4	19
59	4	4	4	3	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	5	4	4	21
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	5	21
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	5	4	4	4	21
69	4	5	4	4	4	21
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : ARI SINTO RAMBE
2. NIM : 1940200116
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tempat/ Tanggal Lahir : Padangsidempuan/12 Maret 2001
5. Anak Ke : 1
6. Kewarganegaraan : WNI
7. Status : Belum Kawin
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Jln. Raja Inal Siregar Gg. Lestari Lk.IV
Kel. Batunadua Jea, Kota Padangsidempuan
10. Telp/HP : 081362040144
11. e-mail : arirambe4@gmail.com

II. IDENTITAS ORANGTUA

1. Ayah
 - a. Nama : Syahdan Rambe
 - b. Pekerjaan : Wiraswasta
 - c. Alamat : Jln. Raja Inal Siregar Gg. Lestari Lk.IV
Kel. Batunadua Jea, Kota Padangsidempuan
2. Ibu
 - a. Nama : Berlian Pohan
 - b. Pekerjaan : Wiraswasta
 - c. Alamat : Jln. Raja Inal Siregar Gg. Lestari Lk.IV
Kel. Batunadua Jea, Kota Padangsidempuan

III. PENDIDIKAN

1. SD : SD N 6 Padangsidempuan
2. SMP : SMP N 10 Padangsidempuan
3. SMA : SMA N 6 Padangsidempuan
4. S.1 : UIN SYAHADA Padangsidempuan