



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI KANTOR POS  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**KIKI MARIANI HARAHAP  
NIM: 12 230 0011**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2016**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI KANTOR POS  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**KIKI MARIANI HARAHAP  
NIM: 12 230 0011**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing I

**H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001**

Pembimbing II

**Ja'far Nasution Lc., M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2016**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

Hal : Skripsi  
A.n. Kiki Mariani Harahap  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 28 Oktober 2016  
Kepada Yth.  
Rektor IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu 'alaikumWr. Wb.*

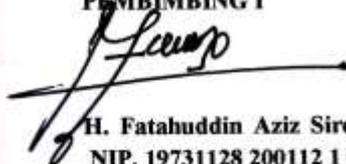
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Kiki Mariani Harahap** yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kantor Pos Padangsidempuan** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang manajemen bisnis pada Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani siding munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

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

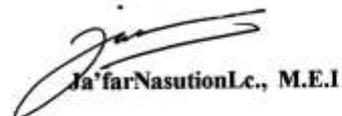
*Wassalamu 'alaikumWr. Wb.*

PEMBIMBING I



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

PEMBIMBING II



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

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : KIKI MARIANI HARAHAP  
NIM : 12 230 0011  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Es-2  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI  
KANTOR POS PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 28 Oktober 2016  
Pembuat Pernyataan,



**KIKI MARIANI HARAHAP**  
**NIM. 12230 0011**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kiki Mariani Harahap  
NIM : 12 230 0011  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kantor Pos Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 28 Oktober 2016

Yang menyatakan,



**Kiki Mariani Harahap  
NIM. 12 230 0011**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Kiki Mariani Harahap  
NIM : 12 230 0011  
Judulskripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kantor Pos Padangsidempuan

Ketua

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001

Sekretaris

Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP. 19740626 200312 2 001

Anggota

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001

Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP. 19740626 200312 2 001

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 19720313 200312 1 002

Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si  
NIP.19790525 200604 1 004

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidempuan  
Tanggal/ Pukul : 24 Oktober 2016/09.00 s.d 12.00 WIB  
Hasil/ Nilai : 71,5  
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,14  
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan  
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 KodePos 22733

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI KANTOR POS  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : KIKI MARIANI HARAHAP**

**NIM : 12 230 0011**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas

Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

**Sarjana Ekonomi (S.E)**

Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Padangsidimpuan, 31 Oktober 2016

Dekan,

*H. Fatahuddin Aziz Siregar*  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang tiada sekutu bagi-NYA, berkat rahmat, hidayah dan inayahNYA lah, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidempuan”. Untaian shalawat dan salam senantiasa hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW., sebagai bukti tanda cinta dan syukur kita akan diutusnya beliau, hingga kita dapat merasakan nikmat Iman dan Islam seperti saat ini.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari banyak terdapat kendala yang harus dilalui dan dijalani peneliti. Dukungan moril serta bimbingan sangat dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini, berkat bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak maka penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.

Untuk itu dengan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam penelitian skripsi ini:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A. Wakil Rektor Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan Dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan dan sekaligus menjadi pembimbing I yang telah

bersedia memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini.

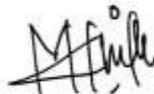
3. Bapak Darwis Harahap, S.HI. M.Si, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.A, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
4. Ibu Rukiah, S.E., M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
5. Bapak Ja'far Nasution Lc., M.E.I, dosen pembimbing II yang telah bersedia memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan masukan, arahan dan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu kelancaran administrasi dan akademik.
8. Teristimewa kepada kedua orangtua, Ibunda Darmawati Siregar dan Ayahanda Damri Harahap, serta adek-adek tersayang (Sanna Hari dan Rezki) dan keponakan (Dinda Harianto Pertiwi), juga kepada nenek dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terkhusus sahabat- sahabat saya (Siti Nuryubaidatun, Atika, Nurhalilah, Elli Yannum, Pinta Ito, Satria, Subuh) dan teman-teman ES-1 semester I dan II dulu, serta ES-2 Manajemen bisnis semester IV-VIII dan seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2012 FEBI yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu, peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini

7. Teristimewa keluarga tercinta (Ibunda Megawati Nasution dan Ayahanda Ali Musin Harahap, Kakak Tetti Herawati, Abang Jandri Harahap dan Erwin Saputra Zega, Adik Dekriani Harahap dan Muhammad Torang Harahap) yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan materi demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi sekaligus studi di IAIN Padangsidempuan. Semoga Allah nantinya memberikan balasan pahala yang berlimpah atas segenap dukungan dan pengorbanan yang telah mereka curahkan.
8. Para sahabat Winda, Yuni Arti, Zubaidah, Purnama, Desmi Irayanti, Juni Sahara, Yetriana, Wahyuni dan seluruh Teman-teman ES- 2 MB-1 dan ES- 5 serta sahabat-sahabat Mahasiswa yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di lingkungan IAIN maupun di luar IAIN Padangsidempuan.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya ilmu peneliti tentang hal tersebut, dan masih perlu mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 27 September 2016  
Peneliti



**Masni Ari**  
**NIM. 12 230 0190**

## ABSTRAK

**Nama : KIKI MARIANI HARAHAHAP**

**Nim : 12 230 0011**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI KANTOR POS PADANGSIDIMPUAN**

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah**

Suatu perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan dan kemajuan untuk bertahan hidup didalam persaingan globalisasi sekarang. Kepuasan nasabah sangatlah terpegaruhi terhadap kemajuan dan kesuksesan baik dalam jangka panjang maupun tidak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos yang bergerak dibidang jasa.

Sejalan dengan masalah yang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan. Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Wujud fisik (*Tangible*).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan analisis data dengan persamaan regresi linear sederhana dan didukung oleh uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, serta uji linearitas. Dengan teknik pengambilan sampel dengan metode random sampling Pengolahan datanya menggunakan bantuan program SPSS versi 22 penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan instrumen pengumpulan datanya menggunakan kuesioner (angket).

Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh yaitu hasil Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y) sebesar sebesar 0,554 (55,4%) yang artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah (55,4%) dan sisanya sebanyak 44,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 0,098 + 1,051X = 1,149$ , artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan (X) sebesar 1 satuan akan meningkat kepuasan nasabah sebesar 1,149 satuan.

# DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Pengesahan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Keaslian Skripsi</b>	
<b>Berita Acara Ujian Munaqasyah</b>	
<b>Halaman Pengesahan Dekan FEBI Padangsidimpuan</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Defenisi Operasional Variabel .....	5
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	7
H. Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Kerangka Teori .....	9
1. Kualitas .....	9
Pengertian Kualitas .....	9
a. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	10
b. Prinsip Kualitas Jasa .....	11
c. Prinsip Manajemen Jasa .....	13
d. Model Kualitas Jasa .....	14
e. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa .....	14
2. Pelayanan .....	19
a. Pengertian Pelayanan .....	19
b. Dasar-Dasar Pelayanan .....	20
c. Ciri-Ciri Pelayanan.....	20

d. Etika Pelayanan .....	21
e. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam .....	22
3. Kepuasan .....	23
a. Pengertian Kepuasan .....	23
b. Macam-Macam Kepuasan .....	24
c. Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam .....	29
4. Nasabah .....	30
a. Pengertian Nasabah .....	30
b. Jenis-Jenis Nasabah .....	31
c. Sifat-Sifat Nasabah .....	32
d. Cara-Cara Membuat Nasabah Betah .....	34
B. Penelitian Terdahulu .....	35
C. Kerangka Berpikir .....	39
D. Hipotesis .....	40

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....42**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
B. Jenis Penelitian .....	42
C. Populasi dan Sampel .....	43
D. Instrumen Pengumpulan Data .....	45
E. Uji Validitas dan Reabilitas .....	47
F. Teknik Analisa Data .....	48
G. Uji Hipotesis .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN .....50**

A. Gambaran Umu Dan Sejarah Singkat Perusahaan .....	50
B. Daerah Pemasaran .....	54
C. Struktur Organisasi Kantor Pos Padangsidempuan .....	56
D. Profil Responden .....	57
1. Jenis Kelamin Responden .....	57
2. Usia Responden .....	58
3. Pendidikan Responden .....	59
4. Pekerjaan Responden .....	60
5. Lama Menjadi Responden .....	61
E. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas .....	62
1. Uji Validitas .....	62
2. Uji Reabilitas .....	64
F. Teknik Analisa Data .....	65
1. Uji Normalitas .....	65
2. Uji Linearitas .....	66
3. Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	67
4. Analisis Regresi Sederhana .....	68

5. Uji Hipotesis (Uji t) .....	69
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71

<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>74</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>74</b>
<b>B. Saran penelitian .....</b>	<b>75</b>
.....	

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**  
**DAFTAR LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Defenisi Operasional Variabel .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Skor Angket .....	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 4.2 Usia Responden .....	58
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	59
Tabel 4.4 Pekerjaan .....	60
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas (X) .....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan (Y) .....	63
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Kualitas (X) .....	64
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Kepuasan (Y) .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov .....	66
Tabel 4.11 Uji Linearitas.....	67
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Sederhana .....	69
Tabel 4.14 Uji Signifikansi (Uji t) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi .....	56
Gambar 4.2	: Jenis Kelamin Responden .....	57
Gambar 4.3	: Usia Responden .....	58
Gambar 4.4	: Pendidikan Terakhir .....	59
Gambar 4.5	: Pekerjaan .....	60
Gambar 4.6	: Lama Menjadi Nasabah.....	61

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pelayanan dalam suatu kegiatan sangat berpengaruh terhadap tingkat pengulangan bisnis dan tingkat kepuasan nasabah. Pemberian pelayanan yang berkualitas kepada nasabah membuat karyawan menuntut banyak hal karena mereka sering berada dalam situasi emosional. Seiring waktu keadaan ini dapat menyebabkan kejatuhan mental atau fisik dalam pekerjaan, penurunan kinerja, dan rendahnya kepuasan kerja.<sup>1</sup> Sehingga dalam perusahaan sangat dibutuhkan pelayanan yang berkualitas agar nasabah tidak berpindah pada perusahaan yang lain. Oleh karena itu, pelayanan merupakan salah satu kunci utama dalam meningkat jumlah nasabah dan menetapkan nasabah tetap menggunakan jasa pelayan yang disediakan oleh perusahaan tertentu. Dalam hal ini, karyawan harus berhati-hati dalam melayani nasabah baik itu mengeluh atau pun yang melakukan transaksi. Jadi karyawan juga makhluk sosial yang menjadi kunci utama bagi perusahaan. Mereka yang menjadi perencana, pelaksana, dan pengendalian yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan.<sup>2</sup>

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di

---

<sup>1</sup> Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2009), hlm. 344.

<sup>2</sup> Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), hlm. 202.

tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah. Menurut peneliti pelayanan yang diberikan perusahaan-perusahaan lainnya tidak jauh berbeda dengan pelayanan kantor Pos, akan tetapi pelayanan kantor tersebut masih terbatas seperti pengiriman, transaksi dan sebagainya. Jadi, kantor Pos bersaing dengan Bank, Pegadaian dalam transaksi ataupun pembayaran. Demikian halnya dalam pengiriman seperti perusahaan titipan kilat (Tiki). Akan tetapi nasabah akan merasa tidak puas ketika terjadi pelayanan yang kurang maksimal seperti pada saat hari –hari tertentu. Jadi penyebab terjadinya ketidakan puasnasabah yakni kondisi kerja karyawan, pelayanan yang diberikan.

Kepuasan bisa dilihat dari bagaimana nasabah menggunakan pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang menyenangkan akan membuat nasabah merasa lebih puas dalam menerima jasa yang diberikan oleh perusahaan. Nasabah merupakan raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan oleh karena itu nasabah harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Melayani nasabah dengan baik. Jadi nasabah yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada 3 orang lain, sementara nasabah yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada 10 orang lain. Artinya ketidakpuasan nasabah merupakan bom waktu yang kalau tidak segera dihentikan, akan meledak dan mengakibatkan perusahaan atau organisasi jatuh. Oleh karena itu, tugas terberat dari organisasi adalah bagaimana mencocokkan barang atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan kepuasan

nasabah.<sup>3</sup> Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka nasabah tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginannya,

Berdasarkan pengamatan penelitian ketidakpuasan nasabah bisa berpindah pada perusahaan lain. Dalam perusahaan terdapat banyak penyebab terjadinya nasabah kabur meninggalkan perusahaan baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak diulangi, maka seorang karyawan perusahaan, terlebih lagi *customer service* (CS) harus tahu sebab-sebab nasabah kabur meninggalkan perusahaan. Ada beberapa sebab nasabah meninggalkan perusahaan yakni pelayanan yang tidak memuaskan, produk yang tidak baik, ingkar janji, tidak tepat waktu dan biaya yang relatif mahal.<sup>4</sup> Selama peneliti melakukan survei pada kantor tersebut pelayanan yang paling tidak memuaskan terjadi pada saat-saat hari yang tertentu. Dengan itu nasabah merasa tidak puas akibat pelayanan yang kurang maksimal dan menghabiskan waktu untuk melakukan antrian pada saat melakukan transaksi. Jadi Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas hanya dapat diberikan oleh sumber daya manusia (SDM) yang terdidik dan terampil. SDM merupakan tulang punggung perusahaan. Dalam hal ini nasabah ingin merasakan pelayanannya yang lebih

---

<sup>3</sup> M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2003), hlm. 134.

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 236.

memuaskan. Untuk bertahan hidup di dalam perusahaan yang kompetitif, perusahaan harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan mereka. Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan pelayanan. Pelayanan sangat penting karena pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpatik, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan-perusahaan lain. Jika masyarakat simpatik, akan menimbulkan kepercayaan sehingga mudah memasarkan produk jasa itu akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul“ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pos Padangsidimpuan**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Seperti yang telah disebutkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi faktor-faktor penyebab ketidak puasan nasabah yakni :

- 1) Pelayanan yang kurang maksimal.
- 2) Kualitas produk/ jasa yang ditawarkan belum memuaskan.
- 3) Kerja tim karyawan untuk melayani nasabah kurang baik.
- 4) Sikap sopan santun yang kurang baik.

Agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan maju terus maka perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan setiap pelayanan yang baik, dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah itu merupakan harapan perusahaan agar tetap menggunakan jasa pelayanan yang disediakan perusahaan.

### C. Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian berfokus pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan.

### D. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala pengukuran
Kualitas pelayanan	Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan. <sup>5</sup> Sedangkan pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. <sup>6</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>- Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>- Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>- Empati (<i>Empathy</i>)</li> <li>- Wujud fisik (<i>Tangible</i>)</li> </ul>	Skala Likert

<sup>5</sup> Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 5.

<sup>6</sup> Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajaran, 2005), hlm. 2.

Kepuasan nasabah	Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, maka nasabah merasa kecewa. <sup>7</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendapatkan informasi yang akurat.</li> <li>- Dapat memenuhi kebutuhan nasabah.</li> <li>- Pelayanan yang diberikan memuaskan.</li> </ul>	Skala Likert
------------------	---	--	--------------

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah. Maka disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

“Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan?”

### F. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan terhadap kedua variabel diatas bertujuan: “Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan”.

### G. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan secara teliti, maka manfaat ilmu pengetahuan dari penelitian diatas sebagai berikut :

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai tujuan dan aplikasi teoritis, menambahkan pengetahuan

---

<sup>7</sup> Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 111.

penulis di bidang manajemen sumber daya manusia dan aplikasi lainnya dalam kehidupan sehari-hari penulis.

## 2. Bagi Akademik

Sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang dan untuk pembaca lainnya, penelitian ini dapat menjadi dasar dan pedoman bacaan bagi penelitian – penelitian yang lebih lanjut.

## 3. Bagi Instansi tempat penelitian

Untuk pedoman dalam memecahkan masalah – masalah yang timbul di perusahaan dan memberikan pertimbangan kepada pihak perusahaan khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah demi perkembangan perusahaan yang diteliti .

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mengarahkan peneliti, penelitian ini dibagi atas beberapa bagian agar lebih mudah memahami hubungan suatu bab dengan beberapa sub bab yaitu:

Bab I, bab ini merupakan bab yang berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II, bab ini merupakan bab yang berisi tentang landasan teori yang meliputi tentang kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis.

Bab III, bab ini merupakan bab yang berisi tentang metodologi penelitian, meliputi tempat dan waktu penelitian, jenis penelitin, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV, bab ini merupakan bab yang berisi tentang analisis dan pembahasan hasil penelitian berupa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidempuan.

Bab V, bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan dan saran yang diberikan peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Kualitas**

###### **a. Pengertian Kualitas**

Kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.<sup>1</sup> Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inheren* dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib.<sup>2</sup> Apabila dikelola dengan tepat, kualitas berkontribusi terhadap terwujudnya terhadap kepuasan nasabah, kualitas memberikan nilai tambahan berupa motivasi khususnya bagi para nasabah untuk menjalin ikatan hubungan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Jadi kualitas adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan nasabah.<sup>3</sup>

###### **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:

---

<sup>1</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 47.

<sup>2</sup> Rambat, *Op., Cit*, hlm. 5.

<sup>3</sup> Fandy Tjipto, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 83-85.

1) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan sesuai dengan yang disajikan, sikap simpatik, ketepatan, waktu pelayanan, sistem pencatatan yang akurat.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera. Dimensi ini berkaitan pada kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan.

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah kompetensi, sopan santun, kredibilitas dan keamanan yang akan membantu keyakinan pelayanan bahwa ia akan mendapatkan jasa yang diharapkan. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan, dan kemampuan karyawan dalam pertanyaan pelanggan.

4) Empati (*Empathy*)

Merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi, yang baik, perhatian, dan memahami karyawan.

5) Wujud fisik (*Tangible*)

Merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan penampilan karyawan.

**c. Prinsip Kualitas Jasa**

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa dalam memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan perbaikan kualitas secara berkelanjutan dengan didukung oleh pemasok, karyawan dan nasabah. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:<sup>4</sup>

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2) Pendidikan

Seluruh personil dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 60.

Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

### 3) Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan dalam mencapai visinya.

### 4) *Review*

Proses ini merupakan satu-satunya alat yang penting paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan kontinu untuk mencapai tujuan mutu.

### 5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain mengenai implementasi strategi dan perbaikan kualitas jasa.

### 6) Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik, perlu diberi penghargaan prestasi tersebut.

Dengan demikian, dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga dan rasa memiliki dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

#### **d. Prinsip Manajemen Jasa**

Menurut Lovelock dalam melaksanakan pengelolaan jasa harus didasarkan pada enam prinsip manajemen jasa berikut ini:<sup>5</sup>

- 1) Bisnis dilaksanakan secara logis dan mencapai profit.
- 2) Ahli dalam mengambil keputusan.
- 3) Berfokus pada struktur organisasi.
- 4) Berkedudukan sebagai pengawas.
- 5) Menciptakan sistem penghargaan pada karyawan.
- 6) Berfokus pada hasil pengukuran.

#### **e. Model Kualitas Jasa**

Terdapat banyak model yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas jasa yang diberikan. Dalam penelitian tersebut terdapat lima kesenjangan yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa. Kelima kesenjangan tersebut sebagai berikut:

- 1) Kesenjangan antara harapan nasabah dan persepsi manajemen.
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm. 61.

- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
- 4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
- 5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

**f. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa**

Meningkatkan kualitas jasa tidaklah mudah, karena banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut juga berdampak luas yaitu terhadap organisasi secara keseluruhan. Di antara berbagai faktor yang perlu mendapatkan perhatian adalah sebagai berikut:

(1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah. Untuk itu, dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandangan nasabah. Oleh karena itu, langkah pertama yang dilakukan adalah riset kepuasan nasabah untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Namun, perusahaan perlu memantau setiap determinan sepanjang waktu, karena sangat mungkin prioritas pasar mengalami perubahan.<sup>6</sup>

2) Mengelola harapan nasabah

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm. 71.

Tidak jarang suatu perusahaan melebih-lebihkan pesan persepsi nasabah selama dan sesudah jasa diberikan. Hal seperti ini menjadi boomerang bagi perusahaan. Makin banyak janji yang diberikan, makin besar pula harapan nasabah yang bahkan menjadi tidak realistis, yang pada gilirannya akan menambahkan makin sulitnya memenuhi harapan nasabah. Untuk itu, ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman, yaitu “jangan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan”.

### 3) Mengelola bukti kualitas jasa

Bertujuan untuk memperkuat persepsi nasabah selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dilihat/dipegang, maka nasabah cenderung memperhatikan fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Bukti-bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik jasa, penampilan pemberian jasa, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, laporan keuangan dan logo perusahaan. Selain itu, berbagai faktor seperti musik, warna, AC, aroma, lokasi, dan tata letak dapat pula menciptakan persepsi tertentu pada perusahaan jasa, misalnya keramahan, ketenangan, kecermatan, wibawa, rasionalitas, maupun fleksibilitas.

### 4) Mendidik konsumen.

Upaya mendidik konsumen dapat dilakukan dalam bentuk sebagai berikut:<sup>7</sup>

- a. Mendidik nasabah untuk melakukan sendiri jasa/pelayanan tertentu, misalnya mengisi blanko/formulir pendaftaran, mengangkut barang belanjaan.
  - b. Membantu pelanggan mengetahui kapan menggunakan suatu jasa , yaitu sebisa mungkin menghindari periode sibuk dan memanfaatkan pada periode jasa/sepi.
  - c. Mendidik pelanggan cara menggunakan suatu jasa.
  - d. Meningkatkan persepsi kualitas jasa dengan cara menjelaskan kepada pelanggan alasan-alasan yang mendasari suatu kebijakan yang bisa mengecewakan mereka.
- 5) Mengembangkan budaya kualitas.

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi penyempurnaan kualitas secara kontinu. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan meningkatkan kualitas. Ada beberapa faktor yang dapat memperlancar dan sekaligus dapat pula

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 73.

menghambat pengembangan jasa yang berkualitas, yaitu berikut ini:

- a. Karyawan, misalnya seleksi, pelatihan, deskripsi kerja, upah, jalur karir.
  - b. Organisasi/struktur, meliputi integritas/kordinasi semua fungsi dan sistem pelaporan.
  - c. Pengukuran, yaitu evaluasi kinerja, pemantauan keluhan, dan kepuasan pelanggan.
  - d. Pendukung sistem, yaitu faktor teknis, komputer, *database*.
  - e. Pelayanan, meliputi nilai tambahan, rentang kualitas, standar kinerja, pemuasan kebutuhan dan harapan.
  - f. Program, meliputi pengelolaan keluhan, peralatan penjualan/promosi, dan peralatan manajemen.
  - g. Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijaksanaan umpan balik.
  - h. Komunikasi eksternal, yaitu pendidikan pelanggan, penciptaan harapan, citra perusahaan.
- 6) Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa.

Secara umum sistem informasi kualitas dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut:<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

- a. Pihak manajemen mempertimbangkan suara pelanggan dalam pengambilan keputusan.
- b. Dapat mengetahui prioritas jasa pada pelanggan.
- c. Mempermudah proses identifikasi prioritas perbaikan mutu dan menjadikan pedoman dalam pengambilan keputusan alokasi sumber daya.
- d. Kinerja perusahaan dan pesaing dapat di pantau setiap waktu.
- e. Memberikan gambaran mengenai dampak inisiatif dan investasi perbaikan mutu.
- f. Memberikan *performance-based* data untuk penilaian, yaitu memberikan imbalan kepada jasa yang unggul dan melakukan koreksi jasa yang buruk.

## **2. Pelayanan**

### **a. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>9</sup> Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak

---

<sup>9</sup> Ratmino, *Op,Cit.*, hlm. 2.

lainnya. Pelayanan yang baik dilakukan dengan ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>10</sup> Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar dengan etika. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi nasabah.

#### **b. Dasar-Dasar Pelayanan**

Agar pelayanan yang diberikan perusahaan dapat memuaskan nasabah, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu:

1. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal nasabah.
4. Tenang, sopan, hormat, tekun mendengarkan pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah melayani nasabah serta menunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyela dan memotong pembicaraan.

---

<sup>10</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 153.

8. Mampu menyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan melayani.<sup>11</sup>

**c. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik**

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu.

Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedia personil yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah, dan
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

---

<sup>11</sup> Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 229.

#### **d. Etika Pelayanan**

Menurut kasmir etika pelayanan yang patut kita berikan kepada nasabah adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

1. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya.
2. Dengarkan baik-baik.
3. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara.
4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara.
5. Jangan marah dan mudah tersinggung.
6. Jangan mendebat nasabah.
7. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.
8. Jangan menangani hal-hal yang bukan pekerjaannya.
9. Tunjukkan usikap perhatian dan sikap ingin membantu.

#### **e. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam**

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas. Ibnu Abi Hatim meriwayatkan dari Ibnu Abbas, dia berkata, “dulu para sahabat membeli bahan makanan yang murah, lalu menyedekahkannya. Maka turunlah ayat ini dalam al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا جَنَّا

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 231.

أَحْرَلَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ<sup>ط</sup> وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ

بِخَالِدِيهِ إِلَّا أَنْ تَغْمِضُوا فِيهِ<sup>ج</sup> وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢١٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”<sup>13</sup>

Ayat yang bergaris bawah diatas menerangkan bahwa ayat ini diturunkan pada orang-orang anshar, “kami adalah para pemilik kebun kurma dulu seseorang menyedekahkan sebagian dari hasil usaha kebunnya sesuai dengan jumlah yang dimilikinya. Dan orang-orang (para penghuni shuffah) tidak mengharapkan hal yang baik-baik. Maka, seseorang memberikan tanda kurma yang terdiri dari kurma yang tidak keras bijinya dan kurma basah yang sudah rusak tandn yang telah patah”.<sup>14</sup>

Ayat diatas diperoleh bahwa pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas akan bisa meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu juga berdasarkan firman Allah SWT yang menyerukan harus memberikan hasil yang kita usahakan.<sup>15</sup>

### 3. Kepuasan

---

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra), hlm. 4.

<sup>14</sup> Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 67

<sup>15</sup> Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2012), hlm. 83

### **a. Pengertian Kepuasan**

Kepuasan adalah membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.<sup>16</sup> Sedangkan menurut Engel, et al mengungkapkan, bahwa kepuasan nasabah adalah evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui batas harapan pelanggan. Kepuasan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>17</sup> Sedangkan pakar pemasaran *Kotler* menandakan, bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan.<sup>18</sup> Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

### **b. Macam-Macam Kepuasan**

Kepuasan dibagi menjadi dua macam yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari suatu produk yang dimanfaatkan.
- 2) Kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Veitzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 153.

<sup>17</sup> Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, edisi 1 (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52.

<sup>18</sup> M. Nur Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 104.

<sup>19</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Aditya Media, 2010), hlm. 60.

Pelayanan sangat penting bagi perusahaan, dimana pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan suatu kepuasan yang ditawarkan kepada nasabahnya. Jadi jika pelayanan mendapatkan tanggapan yang positif dari nasabah maka akan menghasilkan kepuasan nasabah. Sebaliknya apabila nasabah merasa tidak puas, maka ia akan berhenti menggunakan jasa pelayanan perusahaan tersebut. Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sebagai berikut:

- a) Sistem keluhan dan usulan, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode. Makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya.
- b) Survei kepuasan pelanggan, dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survei baik itu wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tersebut.
- c) Konsumen sama rata, perusahaan dapat mengirimkan karyawan untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

- d) Analisis mantan pelanggan, dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah untuk mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah lain.<sup>20</sup>

Pengukuran konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen. Ada enam konsep inti mengenai obyek pengukuran. Berikut ini adalah enam indikator kepuasan nasabah :

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer satisfaction). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.
- 2) Dimensi kepuasan pelanggan. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan bersangkutan berdasarkan dari spesifikasi, seperti kecepatan layanan, fasilitas karyawan atau keramahan staff meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan spesifikasi dan dimensi-dimensi yang paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

---

<sup>20</sup> Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 240.

- 3) Konfirmasi harapan. Kekepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/tidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- 4) Minat pembelian ulang. Minat pembelian ulang kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lain.
- 5) Kesiapan untuk merekomendasi. Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bukan hanya terjadi pembelian ( seperti pembelian mobil, rumah, asuransi jiwa, tour keliling) kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.
- 6) Ketidakpuasan pelanggan. Ketidak puasan pelanggan meliputi komplain, retur, biaya garansi, produk, tukar negatif dan konsumen yang beralih ke pesaing.<sup>21</sup>

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.

---

<sup>21</sup> <http://www.teguhhasantoso.com/6-indikator-kepuasan-konsumen-menurut-tjiptono/>.  
Diakses pkl 14.00 wib, tgl 25 April 2016.

- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan nasabah.
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada.
- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan nasabah sesuai harapan atau tidak.
- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.<sup>22</sup>

Dalam praktiknya nasabah puas atas pelayanan yang diberikan , yaitu sebagai berikut:

- a. Nasabah yang lama akan dapat dipertahankan (tidak lari) atau kata lain nasabah loyal pada perusahaan. Hal sama seperti ini yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menularkan kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens atau memberitahu akan pengalaman yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya

---

<sup>22</sup> Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 241.

nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.<sup>23</sup> Jika cara seperti diatas dapat terus dipertahankan, tujuan perusahaan akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit.

### c. Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Dalam Islam cara berpikir juga ditemukan Rasulullah SAW bersabda, yang terdapat pada surah Al An'am ayat 141:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرِ مَّعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ  
وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أُكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ  
مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ  
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “dan Dialah yang menjadikan kebun-kebum yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila Dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan

<sup>23</sup> Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 262.

disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebihan”.<sup>24</sup>

Ayat yang digaris bawah didukung oleh Rasulullah SAW yang bersabda, “orang yang beriman yang kuat lebih baik dan lebih dicintai daripada orang yang beriman yang lemah”. Dalam hadis lain bermakna, “iri hati itu dilarang kecuali terhadap dua jenis orang yaitu orang yang berilmu yang mengamalkan dan mengajarkan ilmunya, dan orang yang kaya yang membelanjakan hartanya di jalan Allah”.<sup>25</sup>

#### **4. Nasabah**

##### **a. Pengertian nasabah**

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank/perusahaan. Menurut Dwi Suwiknyo nasabah merupakan yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang menempatkan dananya dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>26</sup>

##### **b. Jenis- jenis nasabah**

Jenis-jenis nasabah terdiri dari :

- 1) Pasar konsumen yaitu konsumen rumah tangga dan perorangan yang membeli produk bank untuk mengkonsumsi pribadi misalnya tabungan perorangan.

---

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra), Hlm. 15

<sup>25</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Hlm. 69

<sup>26</sup> Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Media, 2009), hlm. 184.

- 2) Pasar industri merupakan organisasi yang membelikan produk digunakan dalam proses produksi industri.
- 3) Pasar pemerintah merupakan badan pemerintah seperti departemen atau Badan Usaha Milik Negera (BUMN) yang membeli produk yang ditawarkan bank.
- 4) Pasar *reseller* yaitu organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dijualnya kembali dengan mendapatkan laba.
- 5) Pasar internasional merupakan pembeli yang berasal dari luar negeri seperti konsumen, produsen, *reseller* dan pemerintah asing.<sup>27</sup>

**c. Sifat-sifat nasabah**

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang nasabah harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat nasabah seorang nasabah yakni:

- 1) Nasabah sebagai raja.

Artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat *customer service* (CS) itu sendiri.

---

<sup>27</sup> Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 182.

- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan nasabah adalah keinginan memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan.

- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan *rileks*. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

- 4) Nasabah mau diperhatikan.

Nasabah yang datang keperusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

- 5) Nasabah merupakan sumber pendapatan perusahaan.

Pendapatan utama perusahaan adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Oleh karenanya, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.<sup>28</sup>

Terdapat lima tingkat hubungan dengan nasabah, tingkat-tingkat itu adalah:

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 230.

- a. Biasa, wiraniaga menjual produk namun tidak menghubungi nasabah lagi.
- b. Reaktif, wiraniaga menjual produk dan meminta nasabah menghubunginya. Misalnya jika mempunyai suatu keluhan.
- c. Bertanggung jawab, wiraniaga menghubungi nasabah segera setelah penjualan untuk menanyakan apakah produk atau jasa memenuhi harapan nasabah atau tidak.
- d. Proaktif, wiraniaga menghubungi nasabah dari waktu ke waktu dengan saran untuk peningkatan penggunaan produk.
- e. Kemitraan, perusahaan terus bekerja sama dengan nasabah untuk mencapai penghematan bagi nasabah atau membantu nasabah bekerja lebih baik.<sup>29</sup>

**d. Cara-cara membuat nasabah betah**

Agar pelanggan tidak kabur dari perusahaan kita perlu dicarikan jalan keluarnya. Cara-cara mengatasi tersebut harus dilihat dari masalah-masalah yang pernah dihadapi. Cari lain dengan mempelajari pengalaman perusahaan lain lain terhadap berbagai kasus yang dialami, baik oleh kita sendiri mampu perusahaan lain. Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan agar nasabah betah berurusan dengan perusahaan secara keseluruhan, yaitu:

1. Karyawan harus menarik baik dari segi penampilan, gaya bicara, maupun gerak-geriknya sehingga tidak membosankan.

---

<sup>29</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 67.

2. Cepat tanggap terhadap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah.
3. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga begitu nasabah masuk dapat merasakannya.
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.
5. Keragaman dan kelengkapan produk juga dapat membuat nasabah betah berhubungan dengan perusahaan.
6. Lokasi usaha yang memberikan keamanan, serta untuk usaha tertentu tersedianya lahan parkir yang memadai.<sup>30</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat proposal ini, maka peneliti mengambil sebuah penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ,yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

N0	Nama	Variabel	Hasil penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Melly Agustin, Universitas Gunadarma, Bekasi, <a href="mailto:Unique.mey@yahoo.com">Unique.mey@yahoo.com</a>	Judul skripsi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, Tbk.	Dapat dilihat nilai R = 0,587 merupakan koefisien korelasi berganda antara variable tidak bebas dengan variable bebas yaitu kepuasan nasabah. Nilai RSquare = 0,344. Persamaan Regresi : $Y_2 = 1,454 + 0,665$	Perbedaannya dengan Melly Agustin membahas Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, Tbk.(Kantor Cabang	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan

<sup>30</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 343.

		(Kantor Cabang Kalimalang Bekasi). Terdiri dari beberapa variabel variabel yaitu: a. Variabel Bebas (Independent Variable) : <i>X1(Tangibles), X2(Reliability), X3(Responsiveness), X4(Assurance), X5(Empathy).</i> b. Variabel Terikat (Dependent Variable) : kepuasan nasabah (Y)	kepuasan nasabah. <sup>31</sup>	Kalimalang Bekasi). Sementara penulis membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidimpuan.	nasabah).
2	Dewi Yanti Sudirman, Universitas Hasanuddin Makassar, 2011	Judul skripsi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank	Hasil penelitian menunjukkan bahwa di mana persamaan regresi $Y = 3,647 + 0,183X1 + 0,355X2 + 0,282X3 + 0,255X4 + 0,258X5$ Selain itu, dengan uji F	Perbedaanya dengan saudari Dewi Yanti Sudirman, membahas Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan

<sup>31</sup> Melly Agustin, *Skripsi Universitas Gunadarma Bekasi*, [Unique\\_mey@yahoo.com](mailto:Unique_mey@yahoo.com).  
Diakses pkl 14.00 wib, tgl 20 April 2016.

		Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar, 2011. Metode penelitian kuantitatif: variabel X kualitas layanan, Y kepuasan nasabah. <sup>32</sup>	dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau 0%. Uji parsial (t), semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi untuk <i>Reliability</i> sebesar 0,001 atau 0,1%; <i>Assurance</i> sebesar 0,000 atau 0%; <i>tangible</i> sebesar 0,000 atau 0%; <i>Emphaty</i> 0,000 atau 0% dan <i>Responsiveness</i> sebesar 0,000 atau 0,0%.	Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar. Sedangkan penulis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidempuan.	variabel terikat (kepuasan nasabah).
3	Siti Aminah, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan 2013	Judul skripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten	Hasil pengujian koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) menunjukkan bahwa angka Adjusted R <sup>2</sup> atau determinan sebesar 0,614 berarti variabel bebas (bentuk fisik, kehandalan, daya tanggap,	Perbedaanya dengan Siti Aminah, membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel

<sup>32</sup> Dewi Yanti Sudirman, *Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar*, 2011. Diakses pkl 14.30 wib , tgl 20 April 2016.

		Mandailing Natal.	jaminan dan empati) mampu menjelaskan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,4 % dan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. <sup>33</sup>	Kabupaten Mandailing Natal. Sedangkan penulis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidempuan.	terikat (kepuasan nasabah).
4	Christiana Okky Augusta Lovenia, Fakultas Ekonomi KA Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2012	Judul skripsi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah bank Jateng Cabang Utama Semarang).	Angka Adjusted R Square yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%. <sup>34</sup>	Perbedaannya dengan Christina Okky Augusta Lovenia membahas analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah bank Jateng Cabang Utama Semarang). Sedangkan penulis meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidempuan.	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah).
5	Elisa Fitri Nasution, IAIN, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	Judul skripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan dimana koefisien korelasi sebesar 0,893 selain itu uji t sebesar	Perbedaannya dengan Elisa Fitri Nasution membahas pengaruh kualitas pelayanan	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap

<sup>33</sup> Siti Aminah, *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan* <https://www.google.co.id>, 2013. Diakses pkl 14.45 wib tgl 20 April 2016.

<sup>34</sup> Christiana Okky Augusta Lovenia, *Skripsi Ekonomi KA Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 2012. Diakses pkl 15.00 wib, tgl 20 April 2016.

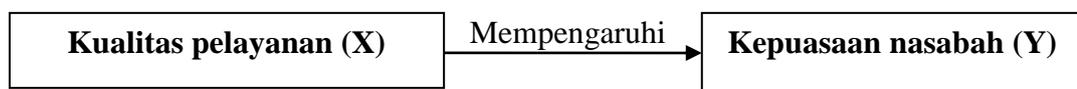
	Islam, 2014	nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan. Terdiri dari 2 variabel yaitu: a. variabel bebas kualitas pelayanan (X). b. variabel terikat kepuasan nasabah (Y). <sup>35</sup>	19,862 dan nilai $r^2$ sebesar 0,0801. Persamaan regresi $KN = - 0,989 + 0,490 KP$	terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidimpuan. Sedangkan penulis membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidimpuan.	kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah).
--	-------------	---	--	--	---

### C. Kerangka Berpikir

Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan nasabahnya terhadap suatu layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui ataupun dapat menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor-faktor tersebut bisa saja dari segi keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Wujud fisik (*Tangible*).

Maka dari perusahaan itu dituntut untuk membuat nasabah merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat bagan sebagai berikut:

**Gambar 2.1: Kerangka Berpikir**



<sup>35</sup> Elisa Fitri Nasution, *Institut Agama Islam Negeri, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Padangsidimpuan*, 2014.

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau jawaban sementara yang masih perlu di uji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan. Dalam penelitian hipotesis dibedakan menjadi dua bagian yaitu hipotesis penelitian dan hipotesis statistik. Hipotesis penelitian adalah hipotesis yang disusun dalam bentuk pernyataan atau proposisi. Sedangkan hipotesis statistik adalah hipotesis yang dibuat dalam bentuk hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) serta biasanya diikuti simbol-simbol statistik.<sup>36</sup>

Hipotesis menghubungkan antara teori dengan penelitian. Dengan kata lain, hipotesis diterima apabila fakta membenarkan dan dapat ditolak apabila fakta tidak membenarkan. Berdasarkan kerangka teori dan kerangka pikiran yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan.

$H_1$  : Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dikantor Pos Padangsidimpuan.

---

<sup>36</sup> Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, (Bandung : CV pustaka Setia, 2011), hlm. 65.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam membantu menyelesaikan penelitian ini maka yang menjadi tempat penelitian adalah Jln. Merdeka No. 5 Wek IV Padangsidimpuan Utara, 22700. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian mulai Mei s/d Agustus 2016.

#### **B. Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian ini adalah melalui pendekatan survei yang dilakukan ke lapangan untuk melihat secara langsung yang menjadi objek penelitian. Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh penelitian dicatat, diolah, dan dianalisis.<sup>1</sup> Jenis penelitian ini kuantitatif, yang dimana kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data.<sup>2</sup> Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

---

<sup>1</sup> Bambang Prasetyo Dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 143.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 14.

analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup> Adapun jenis-jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada nabasah kantor Pos Padangsidimpun.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung mengumpulkan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>5</sup> Data sekunder peneliti ini diperoleh dari data-data perusahaan.

### **C. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Populasi merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasilah peneliti dapat menentukan data yang diperlukan. Populasi adalah keseluruhan elemen, unit penelitian yang memiliki cirri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 13.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Op,Cit.*, hlm. 281

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 291.

suatu penelitian.<sup>6</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah kantor Pos Padangsidimpuan adalah jumlah nasabah kantor pos padangsidimpuan sebanyak ± 111.839 orang .

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>7</sup> Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan metode slovin.<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{Slovin}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi sebesar 111.839

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10

% maka

$$\begin{aligned} n &= \frac{111.839}{1 + 111839 (0,1)^2} \\ &= 99,91 \end{aligned}$$

---

<sup>6</sup> Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op,Cit.*, hlm. 119.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 119.

<sup>8</sup> Bambang Dan Lina, *Op,Cit.*, hlm. 138.

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 99,91 maka dibulatkan menjadi 100 orang respon ( $n=100$ ).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik sampel random sampling*, yaitu sampel ditentukan dengan cara memilih siapa yang ditemui pada saat penelitian atau pengumpulan data berlangsung sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh peneliti sampei memenuhi jumlah sampel.

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data disusun dalam bentuk pertanyaan yang akan diisi oleh responden. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung. Metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap objek yang diamati, bagaimanakah keadaanya, kemudian di catat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati, sehingga data yang diperoleh tidak luput dari pengamatan.<sup>9</sup>

##### 2. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan

---

<sup>9</sup> Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafinda Persada, 2005), hlm. 134.

tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui “.<sup>10</sup> Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kantor Pos Padangsidempuan.

**Tabel 3.1**

Adapun skor yang ditetapkan untuk pertanyaan pada angket ini sebagai berikut:

Jawaban	Skor	
	Positif	negatif
Sangat setuju	5	5
Setuju	4	4
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	2
Sangat Tidak setuju	1	1

### **E. Uji Validitas dan Realibilitas**

Pengujian validitas dan realibilitas setiap butir yaitu dengan mengkorelasikan skor-skor yang ada pada butir dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y dengan indeks validitas setiap butir dapat diketahui dengan hasil pasti butir-butir manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau dari validitasnya. Untuk menghitung validitas tiap instrumen digunakan korelasi *product moment*, yaitu pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 15.

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>11</sup> Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari  $r$  kritis *product moment*. Atau kita bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.<sup>12</sup> Pengujian validitas dan reliabilitas butir angket kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ini, peneliti mengujinya melalui SPSS.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data digunakan berdasarkan regresi linear sederhana untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.

Persamaan umum regresi linear sederhananya sederhana :<sup>13</sup>

$$Y = a + bx$$

Ket: P      Y= Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi.

a= Harga Y ketika X = 0 ( harga konstanta)

---

<sup>11</sup>Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 24.

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 26.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Op,Cit.*, hlm. 204.

$b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila  $b$  (+) maka naik, bila (-) maka terjadi penurunan.

$x$  = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### G. Uji hipotesis

Pengujian uji t menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 2 sisi.

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan.

$H_1$  : Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan.

2. Menentukan t hitung dan signifikansi

Dari output di dapat t hitung dan signifikansi.

3. Menentukan t tabel.

T tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi  $0,05/2=0,025$  dengan derajat kebebasan  $df=n-2$  atau  $12-2=10$ , hasil diperoleh untuk t tabel (lihat pada lampiran t tabel).

4. kriteria pengujian

$H_0$  diterima jika  $-T \text{ Tabel} \leq T \text{ Hitung} \leq T \text{ Tabel}$ .

$H_0$  ditolak jika  $-T \text{ Hitung} < -T \text{ Tabel}$  atau  $T \text{ Hitung} > T \text{ Tabel}$ .

5. Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

6. Membuat kesimpulan

Nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dan signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid*, hal. 141.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Dan Sejarah Singkat Perusahaan Kantor Pos**

Dunia perposan modern muncul di Indonesia sejak tahun 1602 pada saat [VOC](#) menguasai bumi nusantara ini. Pada saat itu, perhubungan pos hanya dilakukan di kota-kota tertentu yang berada di [Pulau Jawa](#) dan luar Pulau Jawa. Surat-surat atau paket-paket pos hanya diletakkan di Stadsherbrg atau Gedung Penginapan Kota sehingga orang-orang harus selalu mengecek apakah ada [surat](#) atau paket untuknya di dalam gedung itu. Untuk meningkatkan keamanan surat-surat dan paket-paket pos tersebut, Gubernur Jenderal G. W. Baron Van Imhoff mendirikan kantor pos pertama di Indonesia yang terletak di Batavia (Jakarta).

Pos pertama ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 1746. Kantor Pos di Indonesia selama 266 tahun telah melayani dan turut membentuk peradaban bangsa. Bermula dari semakin meningkatnya aktivitas hubungan dagang atau pun politik antara negeri Belanda dengan nusantara pada pertengahan abad ke-17, pemerintah Hindia Belanda memutuskan membuka outlet yang melayani korespondensi di Stadhuis-Batavia (sekarang Musium Fatahilah, Jakarta). Post kantoor yang dalam bahasa Indonesia menjadi Kantor Pos, diresmikan oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda Baron Van Inhoof pada 26 Agustus 1746.

Sejak diresmikan peranan Kantor Pos semakin berkembang, termasuk di bidang keuangan dan logistik mengalami beberapa kali pergantian pengelola, dari Pemerintah Hindia Belanda ke Pemerintah

Indonesia dan akhirnya dikelola oleh Badan Usaha Milik Negera yaitu PT. Pos Indonesia (Persero). Sekarang mereka yang berkunjung ke Kantor Pos tidak lagi sebatas mengirim surat-surat personal atau Kartu Lebaran, sebagian besar melakukan transaksi keuangan dari membayar kredit motor, membayar tagihan listrik, setoran pajak, sampai transfer dana instan. Begitu banyak kontribusi Kantor Pos terhadap peradaban bangsa Indonesia setelah berkiprah ratusan tahun.

Menurut Setyo Riyanto, Direktur Retail dan Properti PT Pos Indonesia (Persero), sedikitnya terdapat tujuh fakta sejarah yang dapat dikemukakan mengenai hal itu (PR, 29 Agustus 2012) Pertama, Kantor Pos berkontribusi pada pembangunan Jalan Raya Pos dan urat nadi peradaban. Kedua, melahirkan prangko sebagai media komunikasi peradaban. Ketiga, Kantor Pos berperan meliterasi bangsa. Keempat, Kantor Pos melahirkan institusi bisnis pos. Kelima, Kantor Pos merintis pengelolaan keuangan publik. Keenam, Kantor Pos menjadi jejaring peradaban. Ketujuh, melahirkan sistem kode pos bagi peradaban masa depan. Dirgahayu Kantor Pos Indonesia, kau akan tetap hadir di tengah masyarakat hingga ratusan tahun ke depan karena mampu membuat masyarakat mendapat manfaat atas keberadaanmu. Tetap semangat, dan tetap mengabdikan kami bangga padamu.

Motto: Jangkauan luas, tanpa account kami kami yang tercepat.

Visi: Menjadi Perusahaan pos terpercaya.

Misi:

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

Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) no.177/ 1995 tanggal 20 Juni yang menyatakan bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) diselenggarakan oleh Negara pada perum Pos dan Giro. Perum adalah salah satu badan yang menerima dan menyampaikan surat, warkat Pos dan kartu Pos dengan memungut biaya. Menteri menetapkan ketentuan tentang persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan lain untuk memperoleh izin melakukan usaha pengiriman surat Pos jenis tertentu, misalnya paket dan uang. Bidang usaha yang dijalankan oleh Pos Indonesia (PERSERO) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Pokok (Core Business) meliputi:

- a. Layanan Fisik

- 1) Layanan Surat Pos

Layanan standar pengiriman berita tertulis yang tersedia semua kantor Pos untuk penghubung dalam negeri dengan

---

<sup>1</sup> <http://www.posidonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos>, diakses pkl 15.00 tgl 22 Mei 2016.

klasifikasi adalah surat, kartu Pos, warkat Pos, barang cetakan, majalah dan bungkusan.

2) Layanan paket Pos

Layanan pengiriman barang yang dapat dilakukan semua kantor Pos untuk perhubungan dalam negeri maupun luar negeri dengan klasifikasinya berdasarkan cara pengangkutannya yaitu Paket Pos Darat, Paket Pos Laut dan Paket Pos udara.

3) Layanan Giro Pos.

Layanan keuangan untuk menabung, menyimpan dan membayar berbagai transaksi baik untuk pemegang rekening perseorangan maupun badan hukum (Perusahaan) yang ada hubungannya dengan keperluan dinas.

4) Layanan Filateli

Layanan pembelian perangko yang akan ditempelkan pada setiap surat atau barang yang akan diPoskan.

a) Layanan elektronik

b) Layanan Wesel Pos yaitu transfer uang yang diposkan sebagai solusi kiriman seluruh Indonesia dengan Klasifikasi: Wesel Pos Kilat, Wesel Pos Kilat Khusus, Wesel Pos berlangganan dan wesel Pos luar Negeri.

c) Layanan Cek Pos yaitu layanan keuangan yang berbentuk cek yang dapat diuangkan disemua Kantor Pos.

2. Usaha Penunjang (Non Core Business)

a. Penyewaan ruang atau tempat.

- b. Usaha Transportasi.
- c. Bank Pos.
- d. Belanja lewat Pos
- e. Berbagai Layanan keagenan seperti Pembayaran Angsuran Motor FIF, Pembayaran Telepon, Pembayaran Rekening Listrik, Kualifikasi Guru, Beasiswa Murid, Bantuan Langsung Tunai (BLT), Pembayaran PDAM dan lain-lain.

## **B. Daerah pemasaran**

Unit kantor pos padangsidempuan mempunyai daerah pemasaran yang terdiri dari atas:

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1. Batang Toru       | 12. Sigalangan     |
| 2. Binanga           | 13. Simangambat    |
| 3. Gunungtua         | 14. Sinunukan      |
| 4. Hutapadang        | 15. Sipiongot      |
| 5. Muara Sipongi     | 16. Sipirok        |
| 6. Muara Soma        | 17. Panyabungan    |
| 7. Natal             | 18. Sayur Matinggi |
| 8. Kayu Laut         | 19. Siabu          |
| 9. Pargarutan        | 20. Sibuhuan       |
| 10. Pasar Ujung Batu | 21) Sitinjak       |
| 11. Kota Nopan       | 22. Sosopan        |

### **C. Struktur Organisasi Kantor Pos Padangsidimpuan**

## D. Profil Responden

### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah kantor Pos Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

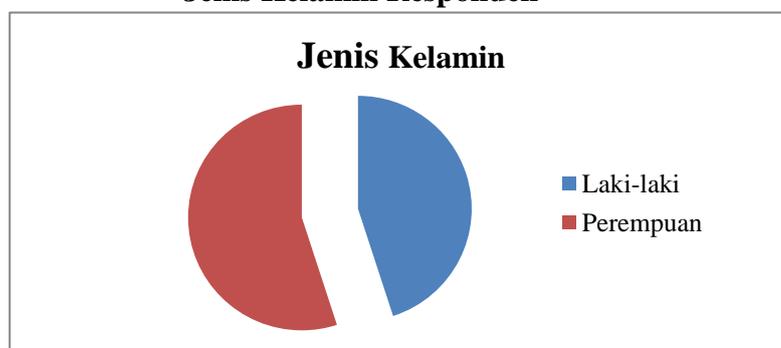
**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah kantor Pos Padangsidempuan yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 45 Orang sedangkan yang perempuan sebanyak 55 orang.

Untuk lebih jelas bisa dilihat gambar jenis kelamin responden dibawah ini:

**Gambar 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah kantor Pos Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

usia	Jumlah	Persentase
< 15 tahun	2	2%
16 - 19 tahun	8	8%
20 - 25 tahun	28	28%
26 - 30 tahun	36	36%
31 - 35 tahun	20	20%
>36 tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, bahwa usia responden nasabah kantor Pos Padangsidempuan yang mayoritas menggunakan jasa pelayanannya adalah usia 26 s/d 30 tahun sedang yang paling sedikit yaitu usia < 15 tahun. Untuk lebih jelas bisa dilihat gambar usia responden dibawah ini:

**Gambar 4.3**  
**Usia Responden**



Sumber: Data primer diolah, 2016

### 3. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah kantor Pos Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

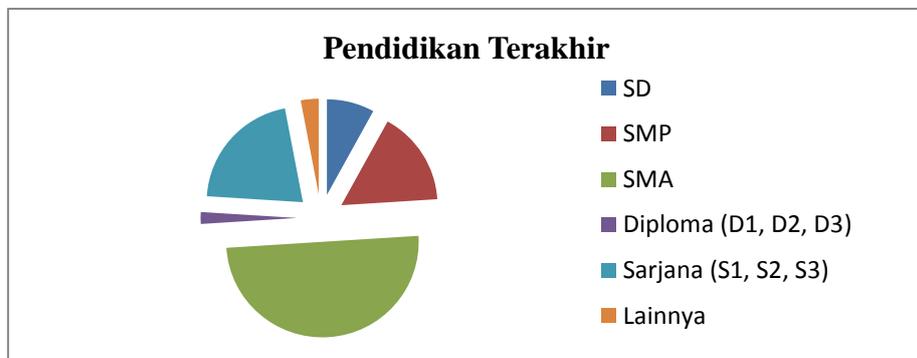
**Tabel 4.3**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD	8	8%
SMP	16	16%
SMA	50	50%
Diploma (D1, D2, D3)	2	2%
Sarjana (S1, S2, S3)	21	21%
Lainnya	3	3%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, pendidikan terakhir responden nasabah kantor pos Padangsidimpuan yang paling banyak adalah SMA sebanyak 50 orang sedangkan yang paling sedikit yang lainnya 3orang.

Untuk lebih jelas bisa dilihat gambar pendidikan terakhir responden dibawah ini:

**Gambar 4.4**  
**Pendidikan Terakhir Responden**



Sumber: Data primer diolah, 2016

#### 4. Pekerjaan

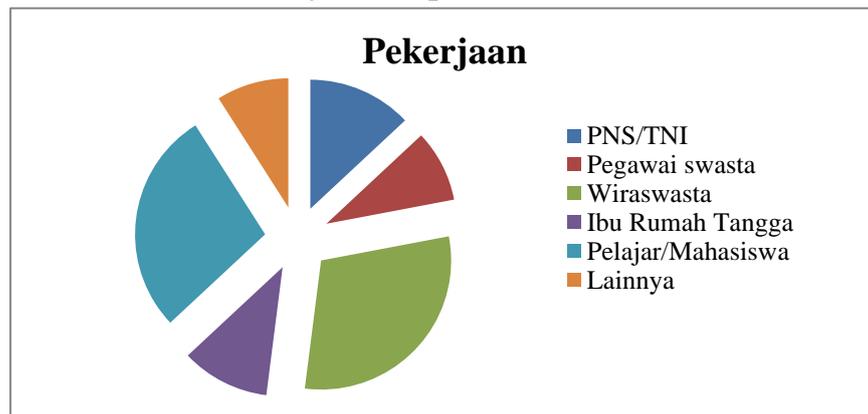
Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah kantor Pos Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/TNI	13	13%
Pegawai swasta	9	9%
Wiraswasta	30	30%
Ibu Rumah Tangga	11	11%
Pelajar/Mahasiswa	28	28%
Lainnya	9	9%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, pekerjaan responden nasabah kantor pos Padangsidimpuan yang paling banyak adalah, wiraswasta sebanyak 30 orang. Untuk lebih jelas bisa dilihat gambar pekerjaan responden dibawah ini:

**Gambar 4.5**  
**Pekerjaan Responden**



*Sumber: Data primer diolah, 2016*

#### 5. Lama Menjadi Nasabah

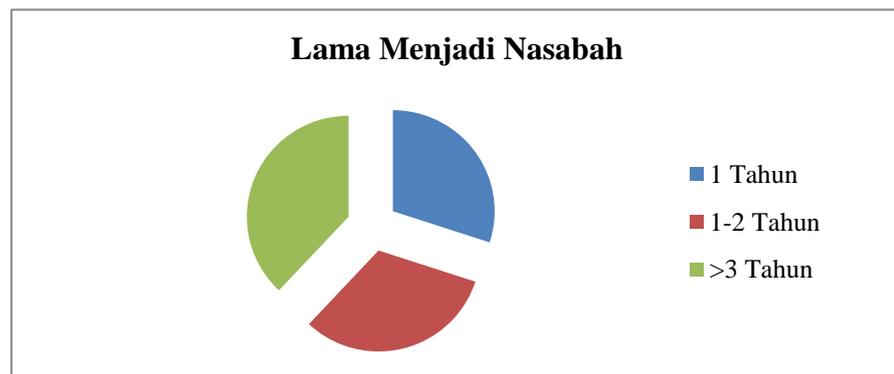
Adapun data mengenai lama menjadi responden nasabah kantor Pos Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Lama Menjadi Nasabah**

Lama menjadi nasabah	Jumlah	Persentase
1 Tahun	30	30%
1-2 Tahun	32	32%
>3 Tahun	38	38%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, lama menjadi nasabah kantor pos Padangsidimpuan yang paling lama selama >3 tahun sebanyak 38 orang. Untuk lebih jelas bisa dilihat gambar lama menjadi nasabah dibawah ini:

**Gambar 4.6**  
**Lama Menjadi Nasabah**



*Sumber: Data primer diolah, 2016*

#### **E. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas**

Uji validitas dan reabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang disebarkan kepada nasabah kantor Pos Padangsidimpuan. Adapun yang menjadi sampel penelitian sebanyak 100 responden. Untuk mencari validitas (kesahihan) dan reabilitas (ketepatan).

## 1. Uji Validitas

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan software SPSS diperoleh hasil untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebagai berikut:

Selanjutnya untuk variable kepuasan nasabah diperoleh hasil pada table sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Nomor Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Interpretasi
1	.305	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $N = 100$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,195)	Valid
2	.358		Valid
3	.257		Valid
4	.376		Valid
5	.389		Valid
6	.462		Valid
7	-.096		Tidak Valid
8	.086		Tidak Valid
9	.335		Valid
10	.238		Valid
11	.376		Valid
12	.060		Tidak Valid
13	.336		Valid
14	.292		Valid
15	.512		Valid

Dari hasil output diatas dapat dilihat untuk menentukan item pertanyaan 1-15 valid atau tidak valid dapat dibandingkan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$ nya. Dimana  $r_{tabel}$  untuk  $N = 100$  adalah 0,195 sedangkan untuk  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation* hasil lebih besar dari 0,195 maka dinyatakan valid.

Dari hasil perhitungan yang penulis lakukan melalui program SPSS dapat dilihat bahwa variable kualitas pelayanan (X) dengan  $r_{tabel}$  yang digunakan untuk jumlah sampel 100 sebesar adalah 0,195, maka diketahui ada 3 item yang tidak valid , karena  $r_{hitung}$ nya  $< r_{tabel}$  yaitu (-0.096, 0.086 dan 0.060  $< 0,195$ ) yaitu item 7, 8 dan 12. Sedangkan item yang lainnya  $r_{hitung} > r_{tabel}$  makadari semua item pertanyaanyang memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih dari 0,195 dinyatakan valid yaitu item 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 14 dan 15.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah**

Nomor Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Interpretasi
1	.584	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $N = 100$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} (0,195)$	Valid
2	.409		Valid
3	.343		Valid
4	.321		Valid
5	.022		Tidak Valid
6	.495		Valid
7	.567		Valid
8	.513		Valid
9	.450		Valid
10	.450		Valid
11	.563		Valid
12	.244		Valid

13	.487		Valid
14	.480		Valid
15	.415		Valid

Dari diatas diatas dapat dilihat kepuasan nasabah (Y),  $r_{tabel}$  yang digunakan untuk jumlah sampel 100 adalah 0,195. Dengan memperhatikan hasil output pada *Corrected Item-Total Correlation* (merupakan  $r_{hitung}$ ) maka diketahui hanya ada 1 item yang tidak valid, karena  $r_{hitungnya} < r_{tabel}$  yaitu ( $0,022 < 0,195$ ) yaitu item 5. Sedangkan yang lainnya valid yaitu item 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 dan 15.

## 2. Uji Reabilitas

Dari hasil data yang diolah melalui software SPSS hasilnya diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	12

Untuk menentukan reliable atau tidak maka bisa menggunakan teknik Cronbach Alpha. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 adalah baik. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Cronbach Alpha untuk nilai X

sebesar 0,716 maka dapat disimpulkan instrument tersebut reliable karena nilai Cronbach Alpha diatas 0,6.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	14

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Cronbach Alpha untuk nilai Y sebesar 0,824 maka dapat disimpulkan instrumen tersebut reliable karena nilai Cronbach Alpha diatas 0,6.

## **F. Teknik Analisi Data**

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas Bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat diuji kedalam beberapa metode dan salah satunya yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov*, yang selanjutnya akan digunakan oleh peneliti.

Apabila data yang terdapat dalam uji signifikansi *kolmogorov-smirnov* lebih dari 0.05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan apabila data kurang dari 0.05, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan software SPSS ternyata komputer mengeluarkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah
N		100	100
Normal	Mean	55.04	57.97
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	5.077	7.170
Most Extreme	Absolute	.060	.072
Differences	Positive	.050	.037
	Negative	-.060	-.072
Test Statistic		.060	.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Pada tabel *Kolmogorov-Smirnov* terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Hasil pengolahan data menunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas pelayanan *	Between (Combined) Groups	1757.501	28	62.768	5.610	.000
	<b>Linearity</b>	<b>1414.671</b>	<b>1</b>	<b>1414.671</b>	<b>126.447</b>	<b>.000</b>

kepuasaan nasabah	Deviation from Linearity	342.830	27	12.697	1.135	.328
Within Groups		794.339	71	11.188		
Total		2551.840	99			

Dari output diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang linearitas secara signifikansi, yaitu dengan melihat nilai linearity pada kolom sig adalah sebesar 0,000. Karena kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah terdapat hubungan linear karena signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .

### 3. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan software SPSS ternyata komputer mengeluarkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745 <sup>a</sup>	.554	.550	4.810	1.952

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Dari tabel diatas bahwa nilai r Square ( $r^2$ ) yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kebentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $r^2$  sebesar

0,554 atau 55,4% artinya kualitas pelayanan (Y) dipengaruhi kepuasan nasabah (X) dengan kontribusi sebesar 55,4%, sedangkan 44,6% (100% - 55,4%) sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana berfungsi untuk melakukan identifikasi pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah). Dengan regresi linear sederhana akan dilakukan pengujian ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan SPSS. Dari pengolahan data yang telah dilakukan melalui software SPSS maka menghasilkan sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Regresi Linear Sederhana**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.098	5.263		.019	.985
	Kualitas pelayanan	1.051	.095	.745	11.042	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian *Standar Error* variabel diperoleh sebesar 0,095 dilihat dari kolom diatas. Persamaan regresi penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

atau

Kepuasan Nasabah =  $a + b$  kualitas pelayanan

Dari persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan bahwa 0,098 merupakan nilai konstanta yang menunjukkan bahwa apabila penambahan kepuasan nasabah =  $0,098 + 1,051 = 1,149$  jadi kepuasan nasabah adalah 1,149.

## 5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai probabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $P_{value} > level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Jika  $P_{value} < level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan kedua variabel:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Signifikansi**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.098	5.263		.019	.985
kualitaspelayanan	1.051	.095	.745	11.042	.000

a. Dependent Variable: kepuasaannasabah

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan:

- 1) Dari kolom t, diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 11,042 dengan  $t_{tabel} \alpha = 5 \%$ ,  $df-2 = 100-2 = 98$  diperoleh sebesar 1,985 Maka karena  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$  (11,042 > 1,985). Artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Pada kolom Sig.,  $P_{value}$  sebesar 0,000 dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Artinya bahwa  $P_{value} < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap kepuasan nasabah. Signifikan dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Berdasarkan data dan penjelasan diatas bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian pada instrumen penelitian menunjukkan hasil bahwa variabel pertanyaan valid dan reliabel, sehingga instrumen sah untuk digunakan dalam pencarian data. Adapun hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah 0,554% dengan nilai 55,4% sedangkan 44,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jika dilihat dari segi kuat atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah ternyata diperoleh  $r = 0,745$  yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut. Sementara itu hasil uji hipotesis menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana hasil data Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Oleh karena itu, dari seluruh hasil uji yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk membedakan dengan penelitian terdahulu (Siti Aminah) dapat disimpulkan dengan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa angka Adjusted  $R^2$  atau determinan sebesar 0,614 berarti variabel bebas (bentuk fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) mampu menjelaskan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,4 % dan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sedangkan hasil penelitian berdasarkan analisis linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal dan secara parsial variable jaminan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Sedangkan penelitian terdahulu (Christiana Okky Augusta Lovenia) Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,122 X_1 + 0,235 X_2 + 0,201 X_3 + 0,211 X_4 + 0,292 X_5$  Dimana variable Kepuasan Nasabah (Y), variable Wujud Fisik (X1), Variable Kehandalan (X2), Variable Daya Tanggap (X3), variabel Jaminan (X4), dan variabel Kepedulian (X5). Angka Adjusted R Square Yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empatimampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Jadi penelitian terdahulu dan teori Adiwarmanto Karim yang telah dibahas pada bab II ternyata mendukung hasil penelitian ini yaitu kualitas

pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidempuan  
artinya penelitian ini memperkuat penelitian terdahulu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari perhitungan korelasi diperoleh  $r = 0,788$  artinya antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidimpuan memiliki hubungan yang kuat. Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang searah atau positif, artinya dengan menaikkan kualitas pelayanan maka akan berdampak kepada meningkatnya pula kepuasan nasabah kantor Pos Padangsidimpuan. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh sebesar 0, 554 atau 55,4% artinya kualitas pelayanan (X) dipengaruhi kepuasan nasabah (Y) dengan kontribusi sebesar 55,4 %, sedangkan 44,6% (100% - 55,4%) sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari pengolahan data yang dilakukan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 0,098 + 1,051x}$$

Artinya setiap penambahan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka penambahan kepuasan nasabah =  $0,098 + 1,051 = 1,149$  jadi penambahan kepuasan nasabah adalah sebesar 1,149. Sebaliknya setiap pengurangan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan berakibat berkurangnya nilai variabel kepuasan nasabah sebesar 1,149. Berdasarkan uji hipotesis dengan melihat kolom signifikan probabilitas sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah. Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## **B. Saran Peneliti**

Sehubungan dengan hasil temuan peneliti diatas, maka yang menjadi saran peneliti dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan agar memberikan layanan kepada nasabah kantor Pos Padangsidempuan, hendaknya tetap memperhatikan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik fisik (*tangible*), empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*) dalam melakukan layanan kepada nasabah.
2. Bagi penulis diharapkan dapat menjadikan pengalaman berharga guna mempersiapkan untuk meningkatkan profesionalisme didunia kerja, sikap rajin dan mau memperbaiki kesalahan yang diperoleh selama proses penelitian dapat menimbulkan sikap percaya diri, peduli dan tanggungjawab terhadap tugas yang diberikan.
3. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini serta dapat menjadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

## Daftar Pustaka

- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Aditya Media, 2010).
- Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2010).
- Bambang Prasetyo Dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).
- Christiana Okky Augusta Lovenia, *Skripsi Fakultas Ekonomi KA Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 2012. Diaksespl 15.00, tgl 20 April 2016.
- Daryanto dan Ismanto Setya budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemehannya*, (Semarang: PT. karyaToha Putra,2001).
- Dewi Yanti Sudirman, *Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar*, 2011. Diaksespl 14.30, tgl 20 April 2016.
- Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008).
- Duwi priyanto, *Pengolahan Data Terpraktis SPSS 22*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Media, 2009).
- Fandy Tjipto, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).

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

[Http://www.posidonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos](http://www.posidonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos),

diakses pkl 15.00 tgl 22 Mei 2016.

[Http://www.teguhhadisantoso.com/6-indikator-kepuasan-konsumen-menurut-tjiptono/](http://www.teguhhadisantoso.com/6-indikator-kepuasan-konsumen-menurut-tjiptono/). Diakses pkl 14.00 , tgl 25 April 2016.

[Https://soaressamuel.files.wordpress.com/2012/02/sm4006-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-nasabah-bmt-kaffah-yogyakarta.pdf](https://soaressamuel.files.wordpress.com/2012/02/sm4006-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-nasabah-bmt-kaffah-yogyakarta.pdf)

Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997).

Ifi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2012).

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008).

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).

\_\_\_\_\_, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011).

\_\_\_\_\_, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali pers, 2014).

M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2003).

Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002).

Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011).

Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).

Melly Agustin, *Skripsi Universitas Gunadarma*, [Unique\\_mey@yahoo.com](mailto:Unique_mey@yahoo.com).  
[Diakses](#) pkl 14.00, tlg 20 April 2016.

Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafinda Persada, 2005).

Nasution Elisa Fitri, *Skripsi Institut Agama Islam Negeri, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Padangsidempuan*, 2014.

Nasution M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004).

Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, edisi (Jakarta: Salemba Empat, 1999).

Rambat Lumpiyadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajaran, 2005).

Siti Aminah, *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan*  
<https://www.google.co.id>, 2013. [Diakses](#) pkl 14.45 tgl 20 April 2016.

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

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

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012).

Veitzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

B-14/In.14/G.6a/PP 00.9/08/2016

Padangsidimpuan, 31 Agustus 2016

**Permohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing**

Yth :

Bapak/Ibu

Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
Jafar Nasution Lc.,M.E.I

Padangsidimpuan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian  
Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : KIKI MARIANI HARAHAP  
NIM : 12 230 0011  
Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI  
KANTOR POS PADANGSIDIMPUAN

Dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing  
II penulisan skripsi mahasiswa dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bilamanaperlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerja sama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Mengetahui:

Dekan

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag p  
NIP. 19731128 200112 1001

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Rukiah Lubis,SE.,M.Si  
NIP. 19760324 200604 2 002

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/~~TIDAK BERSEDIA~~  
PEMBIMBING I

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1001

BERSEDIA/~~TIDAK BERSEDIA~~  
PEMBIMBING II

Jafar Nasution Lc.,M.E.I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- 933 /In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016 Padangsidimpuan, 24 Mei 2016  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Riset

Kepada :  
Yth. Pimpinan Kantor Pos  
Padangsidimpuan  
di-  
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Kiki Mariani Harahap  
NIM : 12 230 0011  
Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Pos Padangsidimpuan"**.

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,  
  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001



PT POS INDONESIA (PERSERO)  
KANTOR POS PADANGSIDEMPUAN 22700  
Jl. Merdeka no.05 Padangsidempuan 22711  
Telp : 0634-21009 Fax : 0634-20004  
Email: rachmady.sirait@posindonesia.co.id

Padangsidempuan, 30 Mei 2016

Nomor : 858 /Umum-SDM/3/0516

Lampiran : -

Perihal : **Izin Tempat Riset**

**Kepada :**  
**Dekan Fakultas IAIN**  
**PADANGSIDEMPUAN**

Sehubungan dengan surat saudara no. B-933 /In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016 perihal permohonan izin tempat Riset Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam di Kantor Pos Padangsidempuan 22700.

Sehubungan pada saat yang bersamaan, sudah ada beberapa permohonan prakerin dari Sekolah lain dan kapasitas Kantor yang terbatas serta menjaga situasi kerja agar tetap kondusif maka dengan ini permohonan izin prakerin saudara Kiki Mariani Harahap **kami Setujui.**

Demikian disampaikan, Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

KANTOR POS  
Kepala Kantor  
SDM  
Soleh  
Nippos: 969359561



**PT POS INDONESIA (PERSERO)**  
**KANTOR POS PADANGSIDEMPUAN 22700**  
JL. Merdeka no.05 Padangsidempuan 22711  
Telp : 0634-21009 Fax : 0634-20004  
Email: soleh69@posindonesia.co.id

Padangsidempuan, 30 September 2016

Nomor : 1491 /Umum-SDM/0916  
Lampiran : -  
Perihal : **Surat Keterangan**

**Kepada :**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Di. Institut Agama Islam Negeri Psp**

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat Saudara No. B-933 / In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016 tanggal 24 Mei 2016 perihal tersebut diatas, kami sampaikan bahwa nama tersebut dibawah ini:

No	NIM	Nama	Keterangan
1	12.230.0011	Kiki Mariani Harahap	Baik

Telah selesai melaksanakan Penelitian di Kantor Pos Padangsidempuan mulai tanggal, Juni 2016 s/d Agustus 2016 dengan hasil Baik.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terimakasih.

  
Kepala Kantor  
SDM  
Soleh  
Nippos: 969359561