



**PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

ASNA MAHDALENA KOTO
NIM. 13 230 0054

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

ASNA MAHDALENA KOTO

NIM. 13 230 0054

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2017



**PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

ASNA MAHDALENA KOTO

NIM. 13 230 0054

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Nofinawati, MA
NIP.19821116 201101 2 003**

PEMBIMBING II

Arti Damisa, M.E.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2017



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ASNA MAHDALENA KOTO**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 15 Juni 2017

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ASNA MAHDALENA KOTO** yang berjudul "**Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, MA.
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Arti Damisa M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ASNA MAHDALENA KOTO
NIM : 13 230 0054
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidimpuan, 15 Juni 2017

Saya yang Menyatakan,



ASNA MAHDALENA KOTO
NIM. 13 230 0054

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

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

Nama : ASNA MAHDALENA KOTO
NIM : 13 230 0054
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 Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 15 Juni 2017
Yang menyatakan,



ASNA MAHDALENA KOTO
NIM. 13 230 0054



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

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : ASNA MAHDALENA KOTO
NIM : 13 230 0054
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEANDALAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS
INDONESIA (PERSERO) PADANGSIDIMPUN

Ketua

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 3 001

Sekretaris

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

Anggota

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 3 001

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

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
Hari/Tanggal : Selasa/20 Juni 2017
Pukul : 14.00s/d 16.00
Hasil/Nilai : Lulus / 75 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,21



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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEANDALAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS
INDONESIA (PERSERO) PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : ASNA MAHDALENA KOTO
NIM : 13 230 0054

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 24 Juli 2017

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Asna Mahdalena Koto
Nim : 13 230 0054
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan

PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berada dikota Padangsidempuan. Pada Permasalahan yang terjadi di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan mengalami banyaknya keluhan pelanggan tentang kerusakan pengiriman barang sesuai dengan data pelanggan pada tahun 2012-2016 di PT. Pos Indonesia terjadi keluhan pelanggan yang fluktuatif, dan yang menjadi rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (persero) Padangsidempuan dan kegunaan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan yang andal sehingga pelanggan akan merasa puas dalam pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan terpercaya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. semakin berkualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan analisis data statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan wawancara serta melalui angket dan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian. Populasi yang digunakan seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan dan sampel yang digunakan sebanyak 87 responden dengan menggunakan taraf signifikansi 10% dan pengolahan data yang digunakan dengan penelitian ini dengan bantuan SPSS Versi 22.

Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh sebesar 46,4% yang menjelaskan bahwa variabel keandalan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan 53,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan yaitu keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,581 > 1,663$).

Kata Kunci : Keandalan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan,
Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si

Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Muhammad Isa ST, MM sebagai ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Ibu Delima Sari S.El., MA sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Nofinawati, MA selaku pembimbing I dan Ibu Arti Damisa M.E.I selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuandandorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Yusman Koto dan Ibunda Hartati Lubis tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada saudara Efrianto dan Chairil Anwar karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
8. Para sahabat Elfi Hasanah, Iely Suryani, Lusiana, Ahmad Fauzi, Hasmar Husein dan Muhammad Ridwan Bapti Hutapea yang telah banyak membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 khususnya rekan-rekan Jurusan Ekonomi Syariah-2 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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

Padangsidempuan, 15 Juni2017

Peneliti,

ASNA MAHDALENA KOTO
NIM. 13 230 0054

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

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




ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

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



a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي 	fathah dan ya	ai	a dan i
و 	fathah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....إ.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ى.....ى	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini

tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

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

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

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	14
1. Keandalan.....	14
a. Pengertian Keandalan (<i>Reliability</i>).....	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keandalan.....	17
c. Ciri-Ciri Pelayanan yang Andal.....	18
d. Kepercayaan Pelanggan Sebagai Dasar Utama.....	21
e. Faktor Penyebab Buruknya Keandalan.....	22
2. Kepuasan Pelanggan.....	24
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
b. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan.....	26
c. Jenis Kepuasan Pelanggan.....	27
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	28
e. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	39
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
F. Analisis Data.....	43
1. Statistik Deskriptif.....	43
2. Analisis Regresi Linear sederhana	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Linearitas	44
c. Koefisien Determinasi (R^2)	45
d. Uji t	46

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan.....	48
1. Sejarah PT. Pos Padangsidimpuan	48
2. Visi Dan Misi	50
3. Struktur Organisasi	51
B. Hasil Analisis Data.....	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas.....	54
C. Teknik Analisis Data.....	55
1. Statistik Deskriptif.....	55
2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
3. Koefisien Determinasi (Uji R^2)	60
4. Uji t	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	62
E. Keterbatasan Penelitian.....	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran-Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Peningkatan Keluhan Pelanggan 2012-2016	5
Tabel I. 2	Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel III. 1	Skala Likert	40
Tabel III. 2	Kisi-Kisi Angket	40
Tabel III. 3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel IV. 1	Uji Validitas Keandalan.....	52
Tabel IV. 2	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel IV. 3	Uji Reliabilitas Keandalan	54
Tabel IV. 4	Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	54
Tabel IV. 5	Statistik Deskriptif.....	55
Tabel IV. 6	Uji Linearitas.....	58
Tabel IV. 7	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	59
Tabel IV. 8	Hasil Uji R square (R^2).....	60
Tabel IV. 9	Hasil Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 4	Kerangka Pikir	35
Gambar IV. 1	Struktur Organisasi	51
Gambar IV. 2	Uji Normalitas P-Plots	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis semakin berkembang pesat menuntut perusahaan agar dapat melakukan inovasi dalam melakukan usahanya. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barang pun semakin meningkat.

Setiap perusahaan pada saat ini harus lebih profesional dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha yang ada. Perusahaan harus selalu mengetahui keinginan pelanggan, pelanggan bisa dengan mudah memperoleh apa yang mereka butuhkan baik jasa atau barang dengan harga yang sesuai dengan yang mereka inginkan. Pelanggan yang percaya penuh atas kinerja dan tanggungjawab dari pelayanan yang diberikan suatu perusahaan akan menimbulkan pelanggan yang puas. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu meningkatkan pelayanan.

Perusahaan yang berwawasan kepuasan pelanggan akan bertahan, karena mereka bisa memberikan nilai lebih baik daripada saingannya kepada pelanggan sasarannya.¹ Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang puas akan diperoleh apabila perusahaan mampu

¹Philip Kotler A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 48.

mengatasi keluhan pelanggan dan bertanggungjawab atas pekerjaan mereka dan yang dapat berkembang dengan maju di masa depan hanyalah perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang andal kepada pelanggannya.

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*) sesuai dengan jadwal yang dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.² Memberikan keandalan atau terpercayanya suatu kinerja pada menggunakan jasa atau produk pada perusahaan dalam jangka waktu yang lama.

Upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan berdasarkan keandalan seorang karyawan akan menimbulkan pelanggan yang puas dan merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin di dapat oleh perusahaan, perusahaan akan menciptakan citra dan kesan yang baik di mata pelanggannya.

Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan pengiriman barang harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya dengan harapan pelanggan akan melakukan pembelian jasa ulang, cenderung menyatakan hal-hal yang baik serta membentuk rekomendasi tentang pengiriman jasa yang bersangkutan

²Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 51.

kepada calon pengguna jasa pengiriman yang dapat menguntungkan perusahaan.³

Dalam hal pengiriman barang dituntut untuk selalu meningkatkan keandalan untuk mencapai kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan selalumemperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan. Jika kurangnya kepercayaan dan kredibilitas juga menjadi kendala efektivitas kinerja karyawan.⁴ Jadi kepuasan pelanggan sangat bernilai bagi perusahaan jasa sehingga selalu ada selogan bahwa pelanggan adalah raja yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan merupakan BUMN dan bergerak dalam bidang jasa seperti pengiriman barang. Salah satu diferensiasi yang ditawarkan PT. Pos Padangsidimpuan adalah jasa layanan pengiriman barang. Jasa pengiriman memiliki prospek yang baik tetapi kenyataannya sebagian pangsa pasar jasa pengiriman dikuasai oleh perusahaan swasta, mendorong motivasi persepsi dan sikap pelanggan untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar, dan munculnya para pesaing memberikan pengaruh kepada PT. Pos Indonesia.

Beberapa upaya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada perusahaan PT. Pos Indonesia yaitu kecepatan waktu tempuh dalam pengiriman yang cepat dan terjamin,

³Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal penelitian* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2013), hlm. 182.

⁴Patricia Buher, *Alpha Teach Yourself: Management Skills dalam 24 jam* (Jakarta: Prenada, 2007), hlm. 347.

ketanggapan dalam pelayanan, serta responsif dalam pengaduan kerusakan barang pelanggan. Peningkatan layanan untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif juga ditunjukkan dengan hadirnya berbagai jasa pengiriman seperti pada perusahaan TIKI Online, dan JNE Express yang siap bersaing dengan usaha jasa pengiriman yang lainnya.

Dalam rangka kualitas jasa yang dilakukan PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan melaksanakan inovasi, yang salah satunya melalui transformasi pelayanan berbasis teknologi tinggi berupa kantor pos virtual. Selain itu PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan juga akan memperluas jaringan bisnis dengan memperbanyak titik layanan dan pengembangan agen pos.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan peneliti bahwa ada pengakuan dari saudara “Eka Trisnayati pelanggan dari PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan dalam kesalahan layanan yang dilakukan oleh seorang karyawan seperti masalah kerusakan dalam pengiriman barang dan pengiriman yang tidak tepat waktu bahkan tidak sampai ketangan penerima sehingga terjadi keluhan pelanggan tentang pengiriman tersebut.”⁵

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value atau nilai dari pelanggan atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk dan pelayanan. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk atau jasa yang berkualitas maka pelanggan akan merasa puas.

⁵Eka Trisnayati, *Pelanggan PT. Pos Indonesia Padangsidempuan*, wawancara tanggal 3 April 2017, Pukul 10.00 Wib.

Dari pernyataan pelanggan bahwa keinginan pelanggan tentang keandalan pelayanan akan ditingkatkan oleh perusahaan PT. Pos Indonesia (persero) Padangsidempuan dalam pengiriman barang sehingga dalam pelayanan akan merasa puas.

Kemudian peneliti juga memperoleh data pelanggan mulai tahun 2012-2016 dan kecenderungan jumlah pengaduan atau keluhan pelanggan yang diperoleh dari PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan. Hal ini terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel I.1
Peningkatan Keluhan Pelanggan
Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Pelanggan Pengiriman Barang	Keluhan Pelanggan Pengiriman Barang
2012	20.915	8.591
2013	15.259	9.102
2014	17.895	5.621
2015	16.999	7.299
2016	14.215	10.551

Sumber: PT. Pos Indonesia padangsidempuan

Jika keadaan di atas terus berlangsung dalam waktu yang lama maka akan merugikan perusahaan. Semakin banyak pengaduan atau keluhan yang diterima perusahaan berarti banyak pelanggan yang tidak puas. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perlu menjadi perhatian perusahaan sehingga tingkat keluhan pelanggan akan menurun.

Salah satu faktor yang perlu diperhatikan perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan ada faktor keandalan dalam melayani

kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang tidak responsif harus dihindari, jika hal ini dibiarkan maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Menurunnya kepuasan pelanggan menyebabkan pelanggan pindah ke perusahaan pesaing, hal ini tentunya harus dihindari dan harus dilakukan perbaikan kualitas pelayanan sehingga dapat dihindari kerugian yang lebih besar.

Aspek keandalan seorang karyawan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam usaha membangun kepuasan pelanggan. Karyawan yang tanggungjawab terhadap kebutuhan pelanggan akan menimbulkan rasa puas akan pelayanan yang diterima pelanggan.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tingginya permintaan pelanggan tidak diimbangi dengan kinerja layanan yang diberikan, seperti perhatian dalam mempertahankan kualitas layanan, komentar pelanggan serta keterlambatan pengiriman sehingga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan berkurang.

Keandalan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dari permasalahan yang dikemukakan di atas terus berlangsung maka akan merugikan perusahaan. Semakin banyak pengaduan pelanggan yang diterima perusahaan berarti pelanggan tidak loyal terhadap perusahaan. Aspek keandalan (*reliability*) seorang karyawan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam usaha membangun loyalitas pelanggan. Karyawan yang

tanggungjawab terhadap kebutuhan pelanggan akan menimbulkan rasa loyal akan pelayanan yang diterima pelanggan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti merasa perlu memaparkan lebih lanjut masalah tersebut. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) PADANGSIDIMPUAN”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti menemukan masalah yang akan dibahas dalam penelitian diantaranya:

1. Keluhan kerusakan pengiriman barang.
2. Keterlambatan waktu pengiriman barang belum sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Kurangnya kepercayaan pelanggan terhadap pengiriman barang.
4. Tanggapan pelanggan terhadap keandalan karyawan.
5. Pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah yaitu pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini memberikan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

Variabel adalah gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka ada dua variabel yang terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), yaitu:

1. Variabel independen (X) adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung.⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu keandalan.
2. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Keandalan (X)	Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang	1. Karyawan memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya (<i>Credibility</i>). 2. Karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan	Ordinal

⁶Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 72.

⁷*Ibid.*, hlm. 72.

		sesuai dengan yang dijanjikan, menyelesaikan <i>complain</i> secara akurat dan terpercaya serta konsisten.	<p>(<i>Competence</i>).</p> <p>3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan pelanggan (<i>Communication</i>).</p> <p>4. Karyawan memiliki rasa tanggungjawab (<i>Personality</i>).</p> <p>5. Karyawan memiliki kemampuan dan pengalaman (<i>Ability</i>).</p>	
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.	<p>1. Kemauan untuk datang kembali (<i>Repeat</i>).</p> <p>2. Kemauan untuk merekomendasikan (<i>Refferal</i>).</p> <p>3. Tidak terpengaruh yang ditawarkan pihak lain (<i>Retention</i>).</p>	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas yang menjadi rumusan masalahnya yaitu apakah ada pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan tujuan penelitian ini. Adapun pihak-pihak yang dimaksud adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti selama kuliah dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

2. Bagi PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai sumber informasi dalam meningkatkan pelayanan yang diinginkan pelanggan. Dalam penelitian ini diperoleh hasil agar lebih meningkatkan dan memperbanyak keandalan dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar bisa melakukan transaksi dalam bentuk apapun di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dengan keandalan dan kepuasan pelanggan dan juga sebagai bahan masukan untuk peneliti selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan peneliti untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi selanjutnya. Peneliti mengklasifikasikan sistematika pembahasan kedalam lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang ada. Batasan masalah yang ditentukan akan dibahas mengenai defenisi, indikator, dan skala pengukuran yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Kemudian identifikasi dan batasan masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang berguna bagi peneliti, lembaga yang terkait, dan peneliti selanjutnya.

BAB II, dalam bab ini membahas tentang landasan teori (tinjauan umum) tentang keandalan, faktor-faktor yang mempengaruhi keandalan, ciri-ciri pelayanan yang andal, kepercayaan pelanggan sebagai dasar utama, faktor penyebab buruknya keandalan, pengertian kepuasan pelanggan, prinsip dasar kepuasan pelanggan, jenis kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan pengukuran kepuasan pelanggan yang terdiri dari uraian teori dan penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang terdapat dalam landasan teori

membahas tentang penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori.

Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variabel tersebut akan dibandingkan dengan penerapannya sehingga masalah yang terjadi terlihat jelas. Setelah itu, penelitian ini akan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kaitan variabel yang sama. Teori tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana pengaruhnya antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Selanjutnya, membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara penelitian yang diteliti.

BAB III, membahas tentang metode penelitian yang mencakup waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian.

Kemudian ditentukan populasi yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan untuk memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV, membahas tentang hasil penelitian yang berisikan sejarah, struktur organisasi PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan. secara umum, seluruh

sub bahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. Dimulai dari pendeskripsian data yang diteliti secara rinci, kemudian melakukan pengujian analisis data menggunakan teknik analisis data yang telah ditentukan sehingga memperoleh hasil analisis yang dilakukan dan kemudian membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

BAB V, merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran kemudian dilengkapi literatur. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian setelah melakukan analisis data.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keandalan

a. Pengertian Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya, seperti menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal.¹

Keandalan merupakan bagian dari kualitas jasa yang mempunyai ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi dalam menggunakan *skill* yang mereka punya. Banyak perusahaan berlomba-lomba memperbaiki keandalan dalam kinerja mereka, keandalan yang dimaksud yaitu tentang kualitas kinerja karyawan.

Keandalan adalah aset utama perusahaan yang menjadi perencanaan dan pelaku aktif dari setiap aktivitas organisasi.² Keandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari keandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki seperti keandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan *skill* yang mereka punya serta keandalan menggunakan teknologi yang ada.

¹Nasution, M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 56.

²Malayu, *Manajemen Sumber Daya Insani* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 27.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan menyelesaikan *complain* secara akurat dan terpercaya serta konsisten. Hal ini menjelaskan bahwa setiap pelanggan perlu diberikan pelayanan yang responsif atas masalah keterlambatan pengiriman barang yang dilakukan karyawan dari perusahaan yang di amanahkan dari pelanggan.

Amanah dari pelanggan harus memberikan pelayanan yang terpercaya dalam melaksanakan tugas dan kewajiban, Allah berfirman dalam surah Al-Anfal ayat 27:³

مُؤْمِنَاتِكُمْ وَتَخُونُوا وَالرَّسُولَ اللَّهُ تَخُونُوا إِلَّا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

تَعْلَمُونَ وَأَنْتَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui (Q.S Al-Anfal:27).

Ayat ini ditujukan secara langsung kepada orang-orang yang beriman. Allah menyeru kaum muslimin supaya mereka tidak mengkhianati Allah dan Rasulullah Saw, mengkhianati yaitu mengabaikan kewajiban-kewajiban yang harus mereka laksanakan dan melanggar larangan-larangan yang telah ditentukan dengan perantara

³³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Al-Jumanatul 'Ali* (Bandung: CV J-ART, 2004), hlm. 180.

wahyu.⁴ Selain itu juga seruan untuk tidak mengkhianati amanat yang dipercayakan kepada orang-orang yang beriman, seperti urusan kesepakatan perdagangan. tidak berkhianat berarti menjaga kepercayaan, sebaliknya mengkhianati amanah berarti menghilangkan kepercayaan dari pihak yang memberikan amanat tersebut.

Ada lima dimensi kualitas jasa dalam memberikan pelayanan yaitu sebagai berikut:⁵

- 1) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*) dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
- 2) Daya tanggap (*Responsiveness*), kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan yang negative yang tidak seharusnya terjadi, kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
- 3) Jaminan (*Assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk

⁴Dwi Suwiknyo, *Terjemahan Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 12-13.

⁵Farida Jasfar, *Op. Cit.*, hlm. 50.

menghilangkan sifat ke ragu-raguan pelanggan dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

- 4) Empati (*Empathy*), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan pelanggan.
- 5) Produk-Produk Fisik (*Tangibles*), tersedianya perlengkapan dan sarana komunikasi yang harus ada dalam proses pelayanan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keandalan

Untuk meningkatkan keandalan dalam kinerja karyawan ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keandalan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Credibility* yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
- 2) *Competence* yaitu setiap karyawan yang ada pada perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 3) *Communication* yaitu karyawan mampu berkomunikasi dengan pelanggan dan mutu komunikasi itu sendiri menentukan mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
- 4) *Personality* yaitu karyawan yang memiliki rasa tanggung jawab terhadap kinerjanya.
- 5) *Ability* yaitu karyawan harus memiliki kemampuan dan pengalaman sehingga pada pelaksanaan tugas mampu menunjukkan prestasi.⁶

⁶Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 88-89.

c. Ciri-Ciri Pelayanan yang Andal

Seorang karyawan tentunya harus memiliki pelayanan yang andal bagi pelanggannya. Adapun ciri-ciri pelayanan yang andal yaitu:⁷

1) Keterampilan Petugas

Keterampilan petugas dapat diartikan sebagai hasil yang dapat dicapai seseorang menurut aturan yang berlaku untuk pekerjaan atau petugas yang bersangkutan. Keterampilan petugas antara orang yang satu dengan orang yang lainnya dalam situasi kerja adalah perbedaan karakteristik individual serta penampilan kerja sebagai kesuksesan seseorang dapat melaksanakan pekerjaannya.

Ada dua variabel yang mempengaruhi perilaku dan penampilan kerja yaitu individu dan organisasi. Hasil dari perilaku individu di dalam organisasi tampak dalam bentuk penampilan kerja. Sehingga di dalam organisasi tidak hanya mempengaruhi perilaku tetapi juga keterampilan petugas dalam melayani pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keterampilan petugas merupakan hasil interaksi antara motivasi dan kemampuan pada diri seseorang.

2) Keterampilan Berkomunikasi dengan Pelanggan

Menjadi seseorang pengusaha tentu harus memiliki meningkatkan banyak keterampilan di berbagai bidang. Bukan hanya menciptakan ide, merumuskan rencana dan menjalankan proses bisnis tetapi yang paling penting adalah keterampilan berkomunikasi dengan

⁷Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), hlm. 109.

pelanggan. Komunikasi merupakan menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

Menurut Nugroho J. Setiadi adalah bahwa dengan komunikasi orang memperoleh pengetahuan, informasi, dan pengalaman, karena itu maka saling mengerti, percakapan, keyakinan, kepercayaan dan kontrol sangat diperlukan.⁸

Komunikasi sangat penting dalam dunia kerja, karena komunikasi yang tidak baik mempunyai dampak terhadap organisasi, misalnya konflik antara staf dengan pelanggannya, dan sebaliknya komunikasi yang baik dapat meningkatkan saling pengertian, kerja sama dan juga kepuasan yang di dapatkan pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas pada perusahaan.

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam unsur pelayanan adalah keterampilan dan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Kemampuan staf dalam berkomunikasi juga merupakan bagian dari keberhasilan pelayanan, ketidak mampuan staf dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dapat berpengaruh terhadap tingkat komplain terhadap jasa pelayanan yang diberikan perusahaan dan menimbulkan ketidak harmonisan hubungan dengan pelanggan.

Keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan harus terus menerus ditingkatkan dan menjaga hubungan yang baik kepada

⁸Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 240.

pelanggan. Pelayanan yang diberikan seorang staf pelayanan tidak memenuhi harapan pelanggan, akan tetapi karena komunikasi yang selalu terpelihara dengan baik, staf pelayanan mengenali pelanggannya bahkan lebih dari sekedar melayani tetapi menjalin silaturahmi yang cukup baik dengan para pelanggannya.

3) Penguasaan Teknologi Informasi dalam Pelayanan

Dalam penguasaan kemampuan berkomunikasi, para staf pelayanan juga harus mampu menguasai teknologi. Penguasaan teknologi informasi (*Customer Information System*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kemampuan staf pelayanan di lingkungan perusahaan jasa.

Penguasaan teknologi informasi dapat mempermudah seseorang dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggannya. Pada era teknologi modern ini semua pekerjaan menjadi begitu mudah, cepat dengan penguasaan secara sederhana. Kemampuan membuat teknologi tinggi menjadi sangat sederhana dalam penggunaannya akan sangat menunjang bentuk pelayanan yang akan diberikan.

Penggunaan teknologi yang tidak mampu memeberikan bentuk pelayanan serta mempermudah pelayanan kepada pelanggan,

merupakan ketidakberhasilan seseorang atau perusahaan dalam pemanfaatan teknologi tersebut.⁹

4) Kelengkapan Sarana

Untuk dapat melaksanakan tugas dengan baik, maka sebuah pelayanan yang andal harus menjalankan beberapa fungsi, salah satu diantaranya adalah fungsi menyelenggarakan pelayanan pengiriman dengan melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada saat bekerja. Secara umum dalam sebuah instansi sarana itu merupakan salah satu bagian dari lingkungan kerja yang akan mempengaruhi mutu pelayanan yang diberikan

Sarana merupakan asset sebuah organisasi dalam rangka pencapaian tujuan. Dengan adanya sarana yang lengkap, maka tenaga karyawan akan mudah untuk melaksanakan tugasnya selain itu dengan kelengkapan sarana akan mempengaruhi profesional kerja dan menimbulkan kepuasan pada perusahaan.

d. Kepercayaan Pelanggan Sebagai Dasar Utama

Kepercayaan penting bagi perusahaan karena sebuah perusahaan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Kepercayaan adalah hal yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan penyedia jasa, karena kepercayaan merupakan mata rantai ke masa depan, tidak hanya calon konsumen tetapi juga untuk calon mitra usaha.

⁹Bahrul Kirom, Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, Edisi Revisi (Bandung: Reka Cipta, 2015), hlm. 46-48.

Menurut Farida Jasfar mengatakan bahwa kepercayaan itu merupakan yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan keandalan pekerjaan.¹⁰

Untuk itu perusahaan memberikan jasa yang membuat konsumen sangat puas sehingga membangun kepercayaan antara pelanggan dengan perusahaan. Sebagai dasar utama membina hubungan dengan pelanggan sebagai karyawan melalui kebijakan dalam melayani pelanggan.

e. Faktor Penyebab Buruknya Keandalan

Setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya keandalan, diantaranya:¹¹

1) Produksi dan Konsumsi Yang Terjadi Secara Simultan

Salah satu karakteristik unik keandalan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini sangat membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:

¹⁰Farida Jasfar, *Op. Cit.*, hlm. 163-165.

¹¹Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction, Edisi Tiga* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2011), hlm. 255-258.

- a) Tidak terampil dalam melayani pelanggan
 - b) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks
 - c) Tutur kata karyawan kurang sopan
- 2) Intensitas Tenaga Kerja yang Tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian jasa dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu upah rendah, umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan, Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi dan tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi.

- 3) Perluasan Atau pengembangan Kinerja Secara Berlebihan

Menyempurnakan kinerja dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk. Disisi lain, bila terlampau banyak kinerja atau jasa baru dan tambahan terhadap jasa yang suda ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah standar kualitas kinerja karyawan. Selain itu, pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran jasa, baik dari segi fitur, keunggulan, maupun tingkat kualitasnya.

2. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas. Sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk atau jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas.¹²

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.¹³

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller kepuasan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹⁴

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah mengatakan bahwa Teori yang mendukung dari kepuasan pelanggan yaitu semakin berkualitas jasa dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.¹⁵

¹²M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 192-193.

¹³Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Op. Cit.*, hlm. 180.

¹⁴Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 172.

¹⁵Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Op. Cit.*, hlm. 182.

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Jika jasa tersebut jauh dibawah harapan, pelanggan akan kecewa dan jika jasa tersebut memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk atau jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang jasa dan pelayanan sesuai dengan kinerja dan pelayanan yang aktual. Setelah menggunakan dan mengonsumsi produk atau jasa, pelanggan akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong pelanggan untuk menggunakan jasa berulang kali, sebaliknya, jika kecewa pelanggan tidak akan menggunakan jasa dikemudian hari.

Pelayanan yang andal atau berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas jasa dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja dan pelayanan yang diterima dengan kinerja yang diharapkan pelanggan. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti

sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan sebagai raja yang harus dilayani. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan.

b. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan

Prinsip dasar kepuasan pelanggan merupakan harapan dan ekspektasi pelanggan. Keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Adapaun kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimapelanggan setelah memakai jasa pada perusahaan. Prinsip dasar Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan. Perusahaan sebagai pemasok barang atau jasa perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah:¹⁶

- 1) Kebutuhan dan keinginan, yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan pelanggan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi dan jika kebutuhan dan keinginannya kecil, harapan atau ekspektasi pelanggan akan rendah.

¹⁶Nasution M. Nur, *Op. Cit.*, hlm. 104-105.

- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi atau memakai produk dan jasa dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas jasa yang akan digunakan oleh pelanggan.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

c. Jenis Kepuasan Pelanggan

Ada tiga jenis kepuasan pelanggan yaitu:¹⁷

- 1) Puas dengan produk/jasa perusahaan yaitu kualitasnya tinggi serta jangkauannya yang luas
- 2) Puas dengan cara menjualnya:
 - a) Ramah, sopan dan akrab
 - b) Murah senyum
 - c) Menyenangkan
 - d) Tanggap, cepat dan cermat
- 3) Puas dengan harganya:
 - a) Murah atau mahal sesuai dengan harapan
 - b) Bersaing

¹⁷M. Nur Rianto Al-Arif, *Op. Cit.*, hlm. 199-200.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berikut ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu:¹⁸

- 1) Harga, merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.
- 2) Kualitas pelayanan, merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.
- 3) Kualitas produk, merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

Dari faktor kepuasan pelanggan yang termasuk dari keandalan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai suatu harapan dari pihak-pihak yang berhubungan akan keahlian, keandalan dan kejujuran dari mitranya. Dan faktor kepuasan yang menjadi dasar terciptanya kualitas pelayanan yaitu kecakapan (*competence*) dan kejujuran

¹⁸Muhammad SyamsulMa'arif, *Manajemen Operasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2003), hlm. 134.

(*fairness*). Dasar terciptanya kualitas pelayanan ini merupakan landasan yang menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggan.

Hubungan perusahaan dengan para karyawan dan mitra bisnis memberikan kontribusi pada usaha untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang terjalin dalam suatu hubungan, semakin tinggi komitmen yang terjalin dan semakin rendah kualitas pelayanan yang terjalin dalam suatu hubungan, semakin rendah komitmen yang terjalin.¹⁹

Pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada orang lain, banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat membuat pelanggan meninggalkan perusahaan, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak terulang maka seorang karyawan, terlebih lagi petugas pelayanan harus tahu faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan merasa tidak puas dan meninggalkan perusahaan.

Berikut ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga pelanggan meninggalkan perusahaan sebagai berikut:²⁰

a) Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Pelanggan merasa tidak dilayani dengan

¹⁹Farida Jasfar, Op. Cit., hlm.165-167.

²⁰Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Op. Cit., hlm. 292.

baik, merasa disepelihkan atau tidak diperhatikan dan merasa tersinggung.

b) Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan produk kurang, sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan pelanggan tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c) Ingkar janji, tidak tepat waktu

Karyawan pada perusahaan tidak menepati janji seperti waktu pelayanan, begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

d) Biaya yang relative mahal

Biaya yang dibebankan kepada pelanggan relatif mahal, jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan pelanggan meninggalkan perusahaan yang bersangkutan.

e. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Buchari alma mengemukakan cara mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:²¹

1) Sistem Keluhan dan Saran

Banyak perusahaan yang berhubungan dengan pelanggannya untuk menerima keluhan atau keluhan yang dialami oleh pelanggan. Perusahaan perlu memberikan kesempatan yang luas

²¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan keenam (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 232.

kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

2) Pembeli Bayangan

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan atau pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk atau jasa tersebut.

3) Analisis konsumen yang beralih

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau yang telah berpindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan dalam meningkatkan kinerja karyawan.

B. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti hanya sebagai acuan dalam perbandingan dan sebagai pertimbangan yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang berhubungan dengan pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda diantaranya:

Tabel II. 3
Penelitian Terdahulu

No	NAMA	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	Baharudin (Skripsi tahun 2012 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro).	Analisis Pengaruh Keandalan, Jaminan, dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa PT. Apex Semarang.	Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel keandalan, jaminan, dan daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Vidya Metayunika (Skripsi tahun 2013 Universitas Diponegoro).	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty</i>) Terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus PT. Bumen Redja Abadi Semarang.	Bahwa semua variabel independen (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan hasil 45,1% sedangkan sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain.
3.	Saiful Ramadan (Skripsi tahun 2015 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan)	Pengaruh Reliabilitas Karyawan Terhadap Kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan	Reliabilitas Karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil penelitian sebesar 76,3% sedangkan sisanya 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain
4.	Asriel Azis (Skripsi tahun 2010 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Persero) Yogyakarta	Hasil penelitian bahwa semua variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen berpengaruh positif.
5.	Irfan Setya Wiguna (Skripsi tahun 2007 Universitas Widyatama Fakultas Bisnis dan	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Armada Safari Suci	Kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 61,8% dan sisanya 38,2% dan

	Manajemen).	Bandung.	dipengaruhi oleh variabel lain.
--	-------------	----------	---------------------------------

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Perbedaan pada peneliti baharudin, terletak pada variabel berganda yaitu keandalan, jaminan dan daya tanggap sedangkan peneliti hanya menggunakan keandalan. dan letak lokasi peneliti terdahulu di PT. Apex Semarang sedangkan peneliti sendiri di PT. Pos Padangsidimpuan. dan peneliti terdahulu menggunakan SPSS Versi 17 dan penelitian ini dikumpulkan data pelanggan sebanyak 71 pelanggan sedangkan peneliti sendiri menggunakan SPSS Versi 22 dan mengumpulkan data pelanggan sebanyak 87 pelanggan.
- 2) Perbedaan pada peneliti vidya metayunika, terletak pada variabel bebas dan variabel terikat serta lokasi penelitian. yang mana variabel bebas memiliki variabel berganda yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty* dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sedangkan peneliti memiliki satu variabel bebas yaitu keandalan dan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Sedangkan lokasi peneliti terdahulu terletak di PT. Bumen Redja Abadi Semarang sedangkan peneliti sendiri di PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan.
- 3) Perbedaan pada peneliti saiful ramadan, terletak pada variabel terikat dan lokasi penelitian. yang mana pada variabel terikat penelitian dahulu yaitu kepuasan nasabah sedangkan peneliti menggunakan loyalitas pelanggan.

Dan lokasi peneliti terdahulu di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan Sedangkan Peneliti di PT. Pos Indonesia Padangsidempuan.

- 4) Perbedaan pada peneliti asriel azis, terletak pada variabel yaitu peneliti terdahulu mempunyai variabel berganda sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel dan lokasi peneliti terdahulu terletak di Yogyakarta sedangkan lokasi peneliti di Padangsidempuan.
- 5) Perbedaan pada peneliti irfan setya wiguna, terletak pada program SPSS yang mana dalam peneliti terdahulu menggunakan aplikasi *SPSS Versi 18.00* sedangkan peneliti menggunakan aplikasi *SPSS Versi 22.00*. dan lokasi peneliti terdahulu di PT. Armada Safari Suci Bandung sedangkan peneliti di PT. Pos Indonesia Padangsidempuan.

C. Kerangka Berfikir

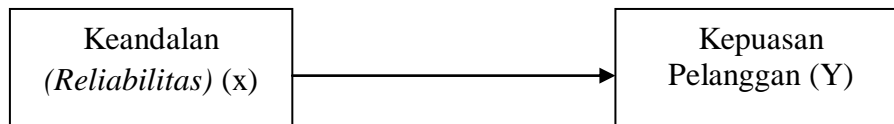
Kerangka Berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²²

Berdasarkan dari judul pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan. Keandalan memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan pelanggan. Banyak literatur manajemen pemasaran yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tercipta

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 60.

apabila pelanggan merasa percaya terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Kerangka piker yang dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:

Gambar II.4
Kerangka Pikir



Hubungan antara keandalan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena akan menentukan strategi pada perusahaan yang berhasil. Jika kinerja karyawan dapat diandalkan dan mampu menciptakan kepercayaan positif terhadap pelanggan akan menimbulkan karyawan yang puas terhadap perusahaan dan kinerja karyawan atau keandalan pada perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.²³ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

²³*Ibid.*, hlm. 64.

Jadi hipotesis adalah sebuah analisa atau jawaban sementara yang kebenarannya harus di uji dengan statistik. Berdasarkan landasan Teori dan kerangka pikir yang diuraikan diatas, dapat ditarik sebuah hipotesis yaitu:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

H_a = Terdapat pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan di Jalan Merdeka No.5 Padangsidimpuan. Sedangkan waktu penelitian mulai dari 3 April s/d 7 April 2017.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.¹ Penelitian yang menggunakan analisis data penelitian yang berupa angka dan menggunakan data statistik. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif yang dimaksud untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah yang diteliti dengan berdasarkan survey, yaitu pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 13.

penelitian.² Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang aktif di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan yang berjumlah 700 orang.³

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.⁴ Jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri.

Proses pemilihan sampel dari populasi dengan tujuan mendapatkan kesimpulan umum mengenai populasi berdasarkan hasil penelitian terhadap sampel yang dipilih. Dalam menentukan ukuran sampelnya maka penelitian menggunakan rumus slovin sebagai berikut:⁵

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

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan)

²Riduwan, *Dasar-dasar Statistika Edisi Revisi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 8.

³Wawancara dengan Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan, 4 April 2017.

⁴Riduwan, *Op. cit.*, hlm. 10.

⁵Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 158.

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan $e = 10\%$ adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{700}{1 + 700(0,01)} \\ &= \frac{700}{8} \\ &= 87 = 87 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Teknik sampling yang digunakan adalah *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dan kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁷ Agar data yang dikumpulkan baik dan benar, instrumen pengumpulan datanya pun harus baik. Ada beberapa instrumen pengumpulan data yang akan dibahas berikut ini sesuai dengan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

⁶Sugiyono, *Statistik Untuk penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 67.

⁷Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 101.

responden untuk dijawabnya. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Dalam hal ini peneliti menggunakan *skala likert* yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidak setujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu. Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan rumusan sebagai berikut:⁸

Tabel III.1
Skala Likert

Keterangan Jawaban	Skor	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket

No	Indikator	Pernyataan	
		Positif	Negatif
1.	VariabelKeandalan a. Memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan.	1,2,3	4

⁸Riduwan, *Op. Cit.*, hlm. 37.

	b. Karyawan yang bertanggungjawab.	5,6	
	c. Penguasaan teknologi informasi dalam pelayanan.	7,8,9	
	d. Keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan.	10,11	
2.	Variabel Kepuasan Pelanggan		
	a. Kemauan Untuk Datang Kembali	1,2,	
	b. Kemauan Untuk Merekomendasikan	3,4,5,6	
	c. Tidak Terpengaruh yang ditawarkan Pihak Lain	7,8,10	9, 11

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁹

3. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian observasi yang dilaksanakan peneliti yaitu melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi nyata dilapangan yang sesungguhnya di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan. Dari pengamatan peneliti bahwa terjadi pelayanan dalam pengiriman barang yang terlambat dan kerusakan barang dalam pengiriman.

⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua* (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm. 51.

4. Dokumentasi

Dokumentasi yang akan dilakukan peneliti disini adalah seluruh pelanggan yang akan di foto atau di video sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan kegiatan penelitian. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berupa tulisan, gambar, karya-karya monumental dari seseorang. Dan dokumentasi yang akan peneliti lakukan adalah merupakan sebuah gambar atau biasa disebut juga dengan foto, peneliti akan memfoto beberapa pelanggan yang sedang mengisi angket dan melihat keadaan kantor Pos Indonesia Padangsidimpuan.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrument penelitian adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur.¹⁰ Dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian ini.

Uji validitas dilakukan dengan bentuk aplikasi software SPSS versi 22.00 untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikan 10% atau 0,1 berdasarkan kriteria sebagai berikut:¹¹

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

¹⁰Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014), hlm. 51.

¹¹*Ibid.*, hlm. 55.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur data berdistribusi normal atau tidak. Uji Reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *Software SPSS Versi 22* untuk memperoleh hasil terarah. Uji signifikan dilakukan dengan taraf signifikan 0,1. Artinya instrument dapat dikatakan *reliable* bila nilai *alpha* lebih besar dari kriti *sproducts moment* dan menggunakan batasan tertentu seperti 0.6.

F. Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka dilakukan pengujian secara kuantitatif, guna menghitung apakah ada pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Padangsidempuan. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan *SPSS Versi 22*. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikannya atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹² Max digunakan

¹²Sugiyono, *OP.Cit.*, hlm. 206.

untuk mencari nilai tertinggi, Min digunakan untuk mencari nilai terendah, dan Mean digunakan untuk mencari nilai rata-rata.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Sebelum diambil dengan regresi linear sederhana, terlebih dahulu data di uji normalitas dan linearnya yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi dan sampel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.¹³

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam menganalisis korelasi atau regresi linear. Pengujian *SPSS* dengan menggunakan *Test for linearty* pada taraf signifikan 0,1.

Analisis regresi linear sederhana merupakan suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel X dan variabel Y dan sekaligus menilai nilai ramalan atau

¹³Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 94.

dugaan. Adapun bentuk persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:¹⁴

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variable dependen yang diprediksikan

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

b = koefisien regresi

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi adalah merupakan ukuran untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen.¹⁵ Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen besar terhadap variabel dependen. Ini berarti instrument yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

¹⁴Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 270.

¹⁵Andi Supangat, *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 341.

Sedangkan arti harga R akan dikonsultasikan dengan table interpretasi nilai R sebagai berikut:¹⁶

Tabel III.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

d. Uji t

Uji t adalah salah satu cara dalam statistika yang menguji parameter populasi berdasarkan statistic sampelnya untuk dapat diterima atau ditolak pada tingkat signifikan tertentu. Pada prinsipnya pengujian hipotesis ini adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan atau pembenaran dari permasalahan yang telah di telaah.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 10%. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Pengujian koefisien regresi:

- a) Menentukan hipotesis
- b) Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 10\%$
- c) Menentukan t hitung berdasarkan tabel

¹⁶Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm 250.

d) Menentukan t tabel, table distribusi t dicari pada $\alpha = 10\%$

(uji duasisi) dengan derajat kebebasan $(n-k-1)$ ¹⁷

Kriteria Hipotesis yaitu:

Jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.

Jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak.

¹⁷Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 161-162.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

1. Sejarah PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

PT. Pos Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia. Pentingnya komunikasi secara tertulis menjadi ide pertama timbulnya untuk mendirikan perusahaan PT. Pos Indonesia.

PT. Pos Indonesia pertama didirikan di Batavia (Jakarta) pada tanggal 26 Agustus 1746, pada masa kolonial Belanda oleh gubernur Jendral G. W Baron Van Imhoff dengan dikeluarkannya peraturan pemerintah No. 30 tahun 1965 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-menyurat penduduk terutama bagi masyarakat yang berdagang.

Kemudian dengan adanya pos Indonesia dibentuklah berbagai pos di setiap kecamatan di Indonesia dan PT. Pos Padangsidimpuan didirikan resmi pada tanggal 29 Februari 1995.¹

Seiring dengan perkembangan peranan PT. Pos setelah ditemukannya teknologi telegraf dan telepon, pada tahun 1907 dibentuklah Jawatan Pos Telegraf dan Telepon (Jawatan PTT). Jawatan ini merupakan bagian dari departemen perusahaan-perusahaan pemerintah kolonial Belanda yang didasarkan pada Undang-Undang Perusahaan Negara Hindia Belanda.

¹PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan, "Sejarah", www.wahanaposindonesia.com

Pada tahun 1945 Jawatan Pos Telegraf dan telepon (Jawatan PTT) resmi dibentuk setelah terjadi pengambilalihan kantor pos Bandung oleh misi pemuda PTT dari militer Jepang. Kemudian diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Setelah menjadi Perusahaan Negara pos Telekomunikasi (PN Postel) mengalami pemecahan menjadi perusahaan Pos dan Giro, hal ini bertujuan untuk mencapai perkembangan yang lebih luas.

Pemecahan Perusahaan Negara pos dan Telekomunikasi (PN Postel) menjadi Pos dan Giro ini memiliki legalitas hukum melalui peraturan pemerintah No. 29 tahun 1965 dan peraturan pemerintah No. 30 tahun 1965.

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis dan diubah menjadi PT. Pos Indonesia hal ini bertujuan untuk memberikan fleksibilitas dan kedinamisan untuk PT. Pos Indonesia (Persero) sehingga lebih baik dalam melayani masyarakat dan menghadapi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat persaingannya.

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimiliki yang mencapai 24 ribu titik layanan. Seperti Salah satunya PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan bukan hanya melayani pengiriman barang saja akan tetapi melayani semua kebutuhan pembayaran penduduk Indonesia.

2. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan²

a. Visi PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan yaitu:

menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan surat pos, paket, logistik yang andal serta jasa keuangan yang terpercaya.

b. Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan yaitu:

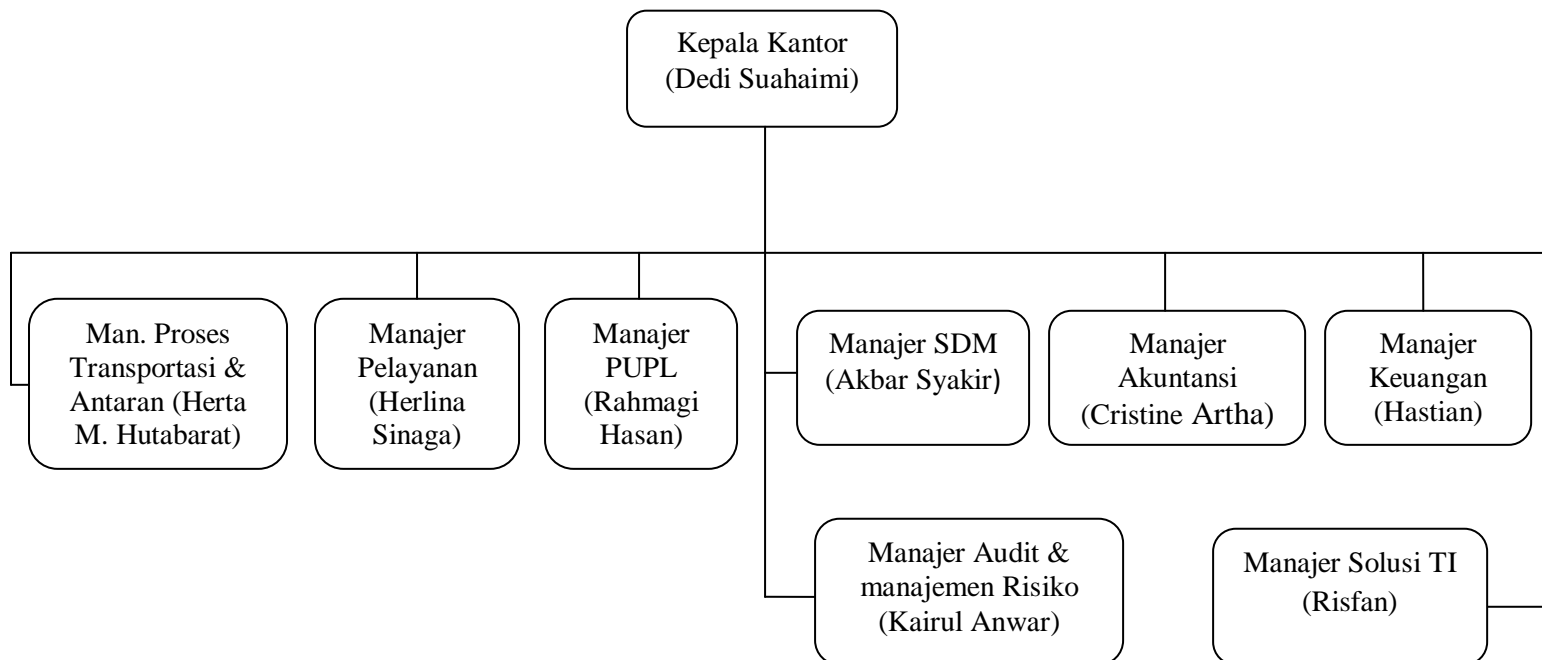
- 1) Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik.
- 2) Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi.
- 3) Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan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

²PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan, "Visi dan Misi", www.wahanaposindonesia.com

3. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan

Adapun struktur organisasi di PT. Pos Indonesia Padangsidimpuan yaitu sebagai berikut:³

Gambar IV.1
Struktur Organisasi



³PT.Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

B. Hasil Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga bisa dipahami, lalu untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 87 responden dengan 11 butir pernyataan untuk variabel (X), 11 butir pernyataan untuk variabel (Y), dan tingkat signifikansi 10% sehingga r_{tabel} diperoleh 0,175 (tabel r terlampir).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada output *SPSS Versi 22* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a. Uji Validitas keandalan

Tabel IV.1
Uji Validitas Keandalan

Item Pernyataan	r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,567	Instrument valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan n = 87. Pada taraf signifikan diperoleh	Valid
Item 2	0,602		Valid
Item 3	0,455		Valid
Item 4	0,365		Valid
Item 5	0,307		Valid
Item 6	0,504		Valid
Item 7	0,669		Valid
Item 8	0,277		Valid

Item 9	0,502	rtabel 0,175	Valid
Item 10	0,481		Valid
Item 11	0,306		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah Pada SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis dari tabel IV.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa angket mengenai keandalan dari item 1 sampai dengan item 11 adalah valid. Karena kesebelas item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=87$ maka diperoleh r tabel adalah 0,175. Sehingga kesebelas item angket keandalan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Tabel IV.2
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item Pernyataan	r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,540	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=87$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,175	Valid
Item2	0,528		Valid
Item3	0,459		Valid
Item4	0,645		Valid
Item5	0,287		Valid
Item6	0,543		Valid
Item7	0,317		Valid
Item8	0,289		Valid
Item9	0,465		Valid
Item10	0,497		Valid
Item11	0,481		

Sumber: Data Primer yang diolah Pada SPSS 22

Hasil analisis dari tabel IV.2 di dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan dari item 1 sampai dengan item 11 adalah valid. Karena kesebelas item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=87$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,175. Sehingga kesebelas item angket kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada keandalan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* untuk mengetahui apakah reliabel atau tidak dari variabel keandalan. Hasil uji reliabilitas pada keandalan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas Variabel Keandalan

Tabel IV.3
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	11

Sumber: Hasil output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X (Keandalan) sebesar 0,623. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau $(0,623 > 0,60)$.

b. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel IV.4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	11

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.4 di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,618. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,618 > 0,60).

C. Teknik Analisis Data

Seluruh angket keandalan dan angket loyalitas pelanggan dinyatakan valid dan reliabel, sehingga langkah selanjutnya data akan dianalisis. Sebelum melakukan uji normalitas, peneliti terlebih dahulu melakukan analisis statistik deskriptif.

1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data berupa minimum, maksimum dan mean. Adapun hasil analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel IV.5

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keandalan	87	42	55	48.15	2.806
Kepuasan Pelanggan	87	43	55	47.90	2.910
Valid N (listwise)	87				

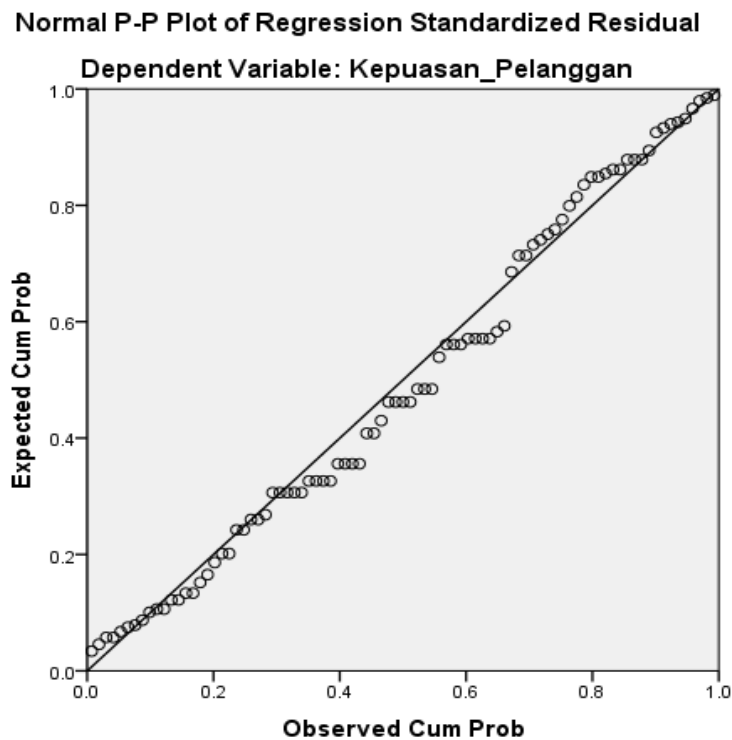
Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22 (data diolah)

Analisis statistik deskriptif angket keandalan dan loyalitas pelanggan dari tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa data keandalan memiliki nilai terendah yaitu 42, nilai tertinggi yaitu 55 dan nilai rata-rata yaitu 48,15. Sedangkan pada data loyalitas pelanggan memiliki nilai terendah yaitu 43, nilai tertinggi yaitu 55 dan nilai rata-rata yaitu 47,90.

Sebelum melakukan uji regresi sederhana, peneliti terlebih dahulu melakukan uji normalitas sebagai syarat parametrik dan linearitas sebagai syarat dilakukannya uji regresi linear sederhana yang dihitung menggunakan bantuan program SPSS versi 22.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan berdasarkan pada metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar keandalan, jika titik menyebar di sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut normal. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar IV.2

Dari hasil penelitian SPSS normalisasi dengan *p-plot* data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Hal tersebut terlihat bahwa letak titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut telah normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel keandalan dan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,1.

Tabel IV.6
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * (Combined) Keandalan	376.070	12	31.339	6.588	.000
Linearity	337.953	1	337.953	71.047	.000
Deviation from Linearity	38.117	11	3.465	.728	.708
Within Groups	351.998	74	4.757		
Total	728.069	86			

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Hasil uji linearitas antara keandalan dan kepuasan pelanggan berdasarkan pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan lebih kecil dari 0,1. Nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Berarti data keandalan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan linear.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah data angket keandalan dan angket kepuasan pelanggan berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear, selanjutnya data dianalisis dengan regresi sederhana. Adapun hasil analisis regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.7
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Uji regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y) dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstanta).

b = koefisien regresi.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Tabel di atas menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui nilai konstan. Persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 13,879 + 0,707X$$

3. Koefisien Determinasi (Uji *R square*)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Dalam penelitian ini untuk mengetahui kontribusi dari keandalan terhadap loyalitas pelanggan. Model dianggap baik jika koefisien determinasi (R^2) sama dengan satu atau mendekati satu. Adapun hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel IV.8
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.458	2.142

a. Predictors: (Constant), Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil interpretasi dari R sebesar 0,681 artinya korelasi antara variabel keandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,464. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan mampu menjelaskan variansi variabel kepuasan pelanggan sebesar 46,4%, sedangkan sisanya sebesar 53,6% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar variabel yang diteliti yaitu harga dan kualitas produk.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,1 (10%). Adapun hasil *output* dari regresi sebagai berikut:

Tabel IV.9

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Hasil Uji t Berdasarkan tabel IV.9 dapat disimpulkan, tingkat signifikansi yaitu 10%, diperoleh bahwa nilai signifikansi dari *uji t* sebesar $0,000 < \text{sig. } 0,1$. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai t_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 8,581 yang berarti bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = 8,581 > 1,663$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Hasil analisis data uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti variabel keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 22*.

Hasil interpretasi dari R sebesar 0,681 artinya korelasi antara variabel keandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,464. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan mampu menjelaskan variansi variabel kepuasan pelanggan sebesar 46,4%, sedangkan sisanya sebesar 53,6% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar variabel yang diteliti yaitu harga dan kualitas produk.

Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 10% diperoleh hasil 8,581. Hal ini berarti keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,581 > 1,663$.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Etta Mamang Sangadji, semakin berkualitas jasa dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini yang mendukung peneliti terdahulu dengan penelitian baharudin dengan judul analisis pengaruh keandalan, jaminan, dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa PT. Apex Semarang, hasil analisis

menunjukkan bahwa ketiga variabel keandalan, jaminan, dan daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga didukung oleh peneliti terdahulu dengan penelitian Vidya Metayunika dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) terhadap kepuasan konsumen studi kasus PT. Bumen Redja Abadi Semarang, bahwa semua variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan hasil 45,1% sedangkan sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian ini juga didukung oleh peneliti terdahulu dengan penelitian Saiful Ramadhan dengan judul pengaruh reliabilitas karyawan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan, bahwa reliabilitas karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil penelitian sebesar 76,3% sedangkan sisanya 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian ini juga didukung oleh peneliti terdahulu dengan penelitian Asriel Azis dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen (studi kasus pada pelanggan jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (Persero) Yogyakarta, hasil penelitian bahwa semua variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen berpengaruh positif.

Penelitian ini juga di dukung oleh irfan setya wiguna dengan judul pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Bandung, bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 61,8% dan sisanya 38,2% dan dipengaruhi oleh variabel lain.

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Melalui keandalan dalam kinerja pada perusahaan akan meningkatkan citra pada perusahaan dan semakin banyak pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan.

E. Keterbatasan Peneliti

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan bahan materi dari skripsi ini, seperti kurangnya bahan materi yang menjelaskan tentang kepuasan pelanggan.
2. Keterbatasan dalam meneliti, karna keterbatasan referensi dan kondisi dalam meneliti di PT. Pos Indonesia (Persero) hanya bisa menemukan

masalah yang terjadi di perusahaan dan mencari jalan solusi masalah tersebut.

Walaupun demikian, peneliti sudah berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak akan mengurangi makna penelitian. Dengan kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya bisa lebih dapat disempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 22 dapat disimpulkan bahwa keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < \text{sig.}$ $0,1$ dan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $8,581 > 1,663$, maka dapat disimpulkan H_a diterima. Hal ini menjelaskan bahwa keandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

B. Saran-Saran

Faktor keandalan ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan

Dalam penelitian ini diperoleh hasil agar lebih meningkatkan dan memperbanyak keandalan dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar bias melakukan transaksi dalam bentuk apapun di PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

2. Bagi Kampus IAIN Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain dari keandalan agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dirancang dengan bahasa yang mudah dipahami agar dapat dibaca oleh orang lain yang belum mengerti betul bagaimana skripsi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan penambahan wawasan bagi peneliti selanjutnya.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam membuat keputusan untuk memakai jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal penelitian*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2013.
- Patricia Buher, *Alpha Teach Yourself: Management Skills dalam 24 jam*, Jakarta: Prenada, 2007.
- Philip Kotler A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Bandung: RekaCipta, 2015.
- Nasution, M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Malayu, *Manajemen Sumber Daya Insani*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Al-Jumanatul 'Ali*, Bandung: CV J-ART, 2004.
- Dwi Suwiknyo, *Terjemahan Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
- Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction, Edisi Tiga*, Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2011.
- Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis, Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta, 2012.

Statistik Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2007

Riduwan, *Dasar-dasar Statistika Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.

Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: PT. Grasindo, 2009.

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, Jakarta: Rajawali, 2013.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014.

Andi Supangat, *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2008.

www.wahanaposindonesia.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Asna Mahdalena Koto
Umur : 22 Tahun
Tempat/Tgl.Lahir : Padangsidempuan, 19 November 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jalan Alboin Hutabarat Gg. Damai II Padangsidempuan
Email : asna58602@gmail.com
No. Handphone : 0812 6446 2872

DATA ORANG TUA

Ayah : Yusman Koto
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Hartati Lubis
Pekerjaan : Ibu Rumahtangga

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2001-2007 : SD Negeri 200214 Padangsidempuan
Tahun 2007-2010 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2010-2013 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2013-2017 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidempuan

Lampiran 1

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan pengisian angket

Lampiran : Satu berkas

Kpd Yth.

Bapak/Ibu

Di

Tempat

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan maka saya,

Nama : Asna Mahdalena Koto

Nim : 13 230 0054

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari/I untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: **“PENGARUH KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) PADANGSIDIDIMPUAN”**. Untuk mencapai maksud tersebut peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

LAMPIRAN 2

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

Yang disusun oleh:

Nama : Asna Mahdalena Koto

NIM : 13 230 0054

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah -2 MB

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

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

Padangsidimpuan, Maret 2017

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEANDALAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian tinjauan dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Berilah tanda ceklis (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
1. Karyawan memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya (<i>Credibility</i>)	1,2			
2. Karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan (<i>Competence</i>)	3,4			
3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan pelanggan (<i>Communication</i>)	5,6			
4. Karyawan memiliki rasa tanggungjawab (<i>Personality</i>)	7,8,11			
5. Karyawan memiliki kemampuan dan pengalaman (<i>Ability</i>).	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2017

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

ANGKET KEANDALAN

No.	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan dapat dipercaya dalam pengiriman barang					
2.	Karyawan jujur kepada pelanggan dalam pengiriman kerusakan barang					
3.	Karyawan memberikan informasi ketika ada kerusakan pengiriman barang					
4.	Karyawan memiliki keterampilan ketika diberi kompensasi					
5.	Karyawan bersikap ramah ketika melayani pelanggan					
6.	Karyawan berbicara sopan saat melayani pelanggan					
7.	Karyawan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan					
8.	Karyawan bekerja sesuai dengan bidangnya					
9.	Pengiriman dilakukan tepat waktu					
10.	Karyawan cepat menangani keluhan pelanggan					
11.	Pengiriman barang sampai ketangan penerima					

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian tinjauan dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda ceklis (√) pada kolom V(Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
1. Kemauan untuk datang kembali (<i>Repeat</i>).	1,2			
2. Kemauan untuk merekomendasikan (<i>Refferal</i>)	3,4,5,6			
3. Tidak terpengaruh yang ditawarkan pihak lain (<i>Retention</i>).	7,8,9,10,11			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2017

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

No.	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan produk/jasa di PT. Pos Padangsidimpuan lebih dari satu kali					
2.	Saya sering datang ke PT. Pos Padangsidimpuan untuk bertransaksi					
3.	Saya menyarankan teman untuk menggunakan produk/jasa PT. Pos Padangsidimpuan					
4.	Saya menceritakan hal positif tentang PT. Pos Padangsidimpuan					
5.	Saya menceritakan keunggulan PT. Pos Padangsidimpuan					
6.	Saya mengajak keluarga untuk menjadi pelanggan PT. Pos Padangsidimpuan					
7.	Saya tidak pernah menggunakan pengiriman barang selain PT. Pos Padangsidimpuan					
8.	Saya tetap menjadi pelanggan PT. Pos meskipun ada tawaran pengiriman barang yang lebih cepat					
9.	Saya tetap menjadi pelanggan karena lingkungan sekitar					
10.	Saya tetap menjadi pelanggan PT. Pos meskipun ada tawaran pengiriman barang yang lebih murah					
11.	Saya memilih PT. Pos Padangsidimpuan jika diberi kompensasi					

Lampiran 3

PERNYATAAN MENJADI RESPONDEN

Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
Usia :

Adalah benar telah menjadi responden pada penelitian pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan, dengan mengisi angket/kusioner di atas yang telah diberikan peneliti sesuai dengan kondisi/keadaan responden yang sebenarnya tanpa ada unsur paksaan.

Padangsidempuan, 2017

.....

A. Petunjuk : Berilah tanda ceklis (\surd) pada jawaban yang paling anda anggap sesuai. Adapun alternative yang tersedia terdiri dari lima pilihan, yaitu:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Lampiran 6

Reliabilitas Keandalan

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	11

Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	11

Statistik Deskriptif Keandalan dan Kepuasan Pelanggan

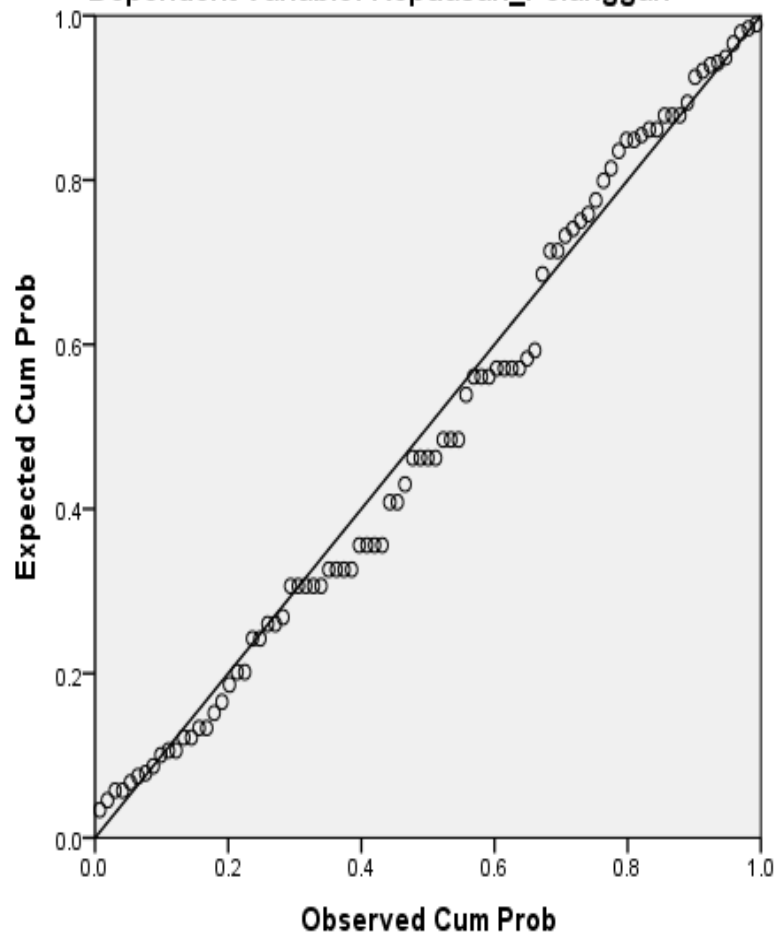
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keandalan	87	42	55	48.15	2.806
Kepuasan Pelanggan	87	43	55	47.90	2.910
Valid N (listwise)	87				

Lampiran 7

Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan



Lampiran 8

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Keandalan (Combined)	376.070	12	31.339	6.588	.000
Linearity	337.953	1	337.953	71.047	.000
Deviation from Linearity	38.117	11	3.465	.728	.708
Within Groups	351.998	74	4.757		
Total	728.069	86			

Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

Lampiran 9

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.458	2.142

Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
	Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

Hasil Sebaran Angket Keandalan (X)

Responden 1	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4	46
Responden 2	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	48
Responden 3	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	45
Responden 4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	46
Responden 5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	46
Responden 6	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
Responden 7	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	48
Responden 8	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	49
Responden 9	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	45
Responden 10	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	44
Responden 11	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	52
Responden 12	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	47
Responden 13	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	45
Responden 14	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	47
Responden 15	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
Responden 16	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	42
Responden 17	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	52
Responden 18	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	50
Responden 19	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	45
Responden 20	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	45
Responden 21	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	49
Responden 22	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	48
Responden 23	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	47
Responden 24	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	52
Responden 25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Responden 26	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	49
Responden 27	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	42
Responden 28	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	48
Responden 29	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	49
Responden 30	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	52
Responden 31	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	48
Responden 32	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	50
Responden 33	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	50
Responden 34	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	44
Responden 35	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	49
Responden 36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 37	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
Responden 38	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	52
Responden 39	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	49
Responden 40	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
Responden 41	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	48
Responden 42	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	48
Responden 43	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	46
Responden 44	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45

Responden 45	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
Responden 46	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	47
Responden 47	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	47
Responden 48	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	51
Responden 49	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	48
Responden 50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	52
Responden 51	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	48
Responden 52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
Responden 53	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	52
Responden 54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 55	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	49
Responden 56	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	48
Responden 57	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
Responden 58	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	50
Responden 59	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	49
Responden 60	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	48
Responden 61	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	51
Responden 62	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	47
Responden 63	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	51
Responden 64	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	47
Responden 65	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47
Responden 66	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	47
Responden 67	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	51
Responden 68	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	49
Responden 69	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	51
Responden 70	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	50
Responden 71	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	47
Responden 72	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	47
Responden 73	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	49
Responden 74	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46
Responden 75	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	49
Responden 76	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	47
Responden 77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Responden 78	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	47
Responden 79	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	45
Responden 80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
Responden 81	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	50
Responden 82	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	44
Responden 83	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	46
Responden 84	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	48
Responden 85	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	49
Responden 86	3	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	46
Responden 87	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	50

Hasil Sebaran Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

Responden 1	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	45
Responden 2	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	47
Responden 3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	47
Responden 4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	48
Responden 5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 6	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	45
Responden 7	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	49
Responden 8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46
Responden 9	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	48
Responden 10	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	44
Responden 11	5	5	2	4	5	4	4	4	4	5	5	47
Responden 12	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	51
Responden 13	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	49
Responden 14	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46
Responden 15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
Responden 16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
Responden 17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Responden 18	5	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	47
Responden 19	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	46
Responden 20	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	46
Responden 21	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	48
Responden 22	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	51
Responden 23	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	52
Responden 24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
Responden 25	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	50
Responden 26	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	52
Responden 27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 28	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	47
Responden 29	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	46
Responden 30	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	51
Responden 31	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	50
Responden 32	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	49
Responden 33	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	51
Responden 34	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	44
Responden 35	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	50
Responden 36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
Responden 38	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	52
Responden 39	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	51
Responden 40	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
Responden 41	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	46
Responden 42	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
Responden 43	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	44
Responden 44	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	46

Responden 45	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	49
Responden 46	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	47
Responden 47	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	44
Responden 48	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	48
Responden 49	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	47
Responden 50	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	51
Responden 51	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	49
Responden 52	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	51
Responden 53	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	51
Responden 54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Responden 55	5	4	4	3	4	5	3	5	4	5	5	47
Responden 56	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	48
Responden 57	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	50
Responden 58	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	49
Responden 59	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	47
Responden 60	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
Responden 61	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	47
Responden 62	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	49
Responden 63	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	53
Responden 64	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	47
Responden 65	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	47
Responden 66	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
Responden 67	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	46
Responden 68	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	51
Responden 69	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	52
Responden 70	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	46
Responden 71	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	46
Responden 72	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
Responden 73	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	49
Responden 74	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
Responden 75	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	48
Responden 76	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	46
Responden 77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Responden 78	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	46
Responden 79	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	48
Responden 80	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	46
Responden 81	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	49
Responden 82	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	46
Responden 83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
Responden 84	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	50
Responden 85	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	51
Responden 86	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	51
Responden 87	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	49

T_Tabel

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI						
	dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%
dua sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365	3,622
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356	3,611
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348	3,601
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340	3,591

36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333	3,582
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326	3,574
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319	3,566
39	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	3,313	3,558
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307	3,551
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301	3,544
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296	3,538
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291	3,532
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286	3,526
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281	3,520
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277	3,515
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273	3,510
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269	3,505
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265	3,500
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261	3,496
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258	3,492
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255	3,488
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251	3,484
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248	3,480
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245	3,476
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242	3,473
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239	3,470
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237	3,466
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234	3,463
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232	3,460
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427

75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194	3,415
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193	3,413
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191	3,412
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190	3,410
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189	3,409
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,188	3,407
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,187	3,406
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185	3,405
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184	3,403
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183	3,402
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182	3,401
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	3,181	3,399
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	3,180	3,398
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179	3,397
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178	3,396
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177	3,395
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176	3,394
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175	3,393
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	3,175	3,392
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	3,174	3,390

R_TABEL

df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887

42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540
1000	0.0519	0.0619	0.0734	0.0812
10000	0.0164	0.0196	0.0233	0.0258

Lampiran 3

PERNYATAAN MENJADI RESPONDEN

Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
Usia :

Adalah benar telah menjadi responden pada penelitian pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidempuan, dengan mengisi angket/kusioner di atas yang telah diberikan peneliti sesuai dengan kondisi/keadaan responden yang sebenarnya tanpa ada unsur paksaan.

Padangsidempuan, 2017

.....

B. Petunjuk : Berilah tanda ceklis (\checkmark) pada jawaban yang paling anda anggap sesuai. Adapun alternative yang tersedia terdiri dari lima pilihan, yaitu:

6. SS : Sangat Setuju
7. S : Setuju
8. KS : Kurang Setuju
9. TS : Tidak Setuju
10. STS : Sangat Tidak Setuju

Lampiran 6

Reliabilitas Keandalan

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	11

Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	11

Statistik Deskriptif Keandalan dan Kepuasan Pelanggan

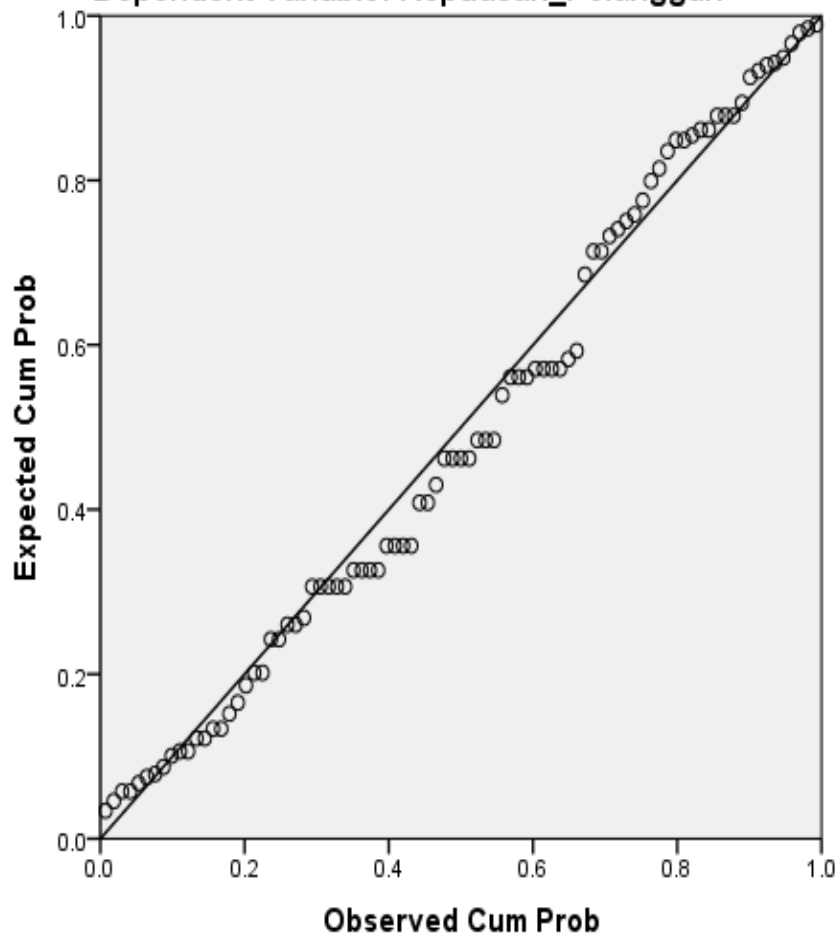
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keandalan	87	42	55	48.15	2.806
Kepuasan Pelanggan	87	43	55	47.90	2.910
Valid N (listwise)	87				

Lampiran 7

Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan



Lampiran 8

Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Keandalan	Between Groups	(Combined)	376.070	12	31.339	6.588	.000
		Linearity	337.953	1	337.953	71.047	.000
		Deviation from Linearity	38.117	11	3.465	.728	.708
	Within Groups		351.998	74	4.757		
Total			728.069	86			

Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

Lampiran 9

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.458	2.142

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.879	3.971		3.495	.001
Keandalan	.707	.082	.681	8.581	.000

T_Tabel

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI						
dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
satu sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883

20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365	3,622
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356	3,611
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348	3,601
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340	3,591
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333	3,582
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326	3,574
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319	3,566
39	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	3,313	3,558
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307	3,551
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301	3,544
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296	3,538

43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291	3,532
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286	3,526
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281	3,520
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277	3,515
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273	3,510
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269	3,505
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265	3,500
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261	3,496
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258	3,492
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255	3,488
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251	3,484
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248	3,480
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245	3,476
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242	3,473
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239	3,470
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237	3,466
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234	3,463
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232	3,460
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449

65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194	3,415
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193	3,413
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191	3,412
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190	3,410
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189	3,409
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,188	3,407
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,187	3,406

88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185	3,405
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184	3,403
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183	3,402
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182	3,401
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	3,181	3,399
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	3,180	3,398
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179	3,397
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178	3,396
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177	3,395
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176	3,394
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175	3,393
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	3,175	3,392
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	3,174	3,390

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

B -231/In. 14/G.5a/PP.00.9/07/2017

Padangsidimpuan, 11 Juli 2017

Permohonan Kesiadaan Menjadi
Pembimbing

Prof. Dr. H. H. Asnawati, MA
Ibu Damisa, M.E.I

Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian dan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai

Nama : Asna Mahdalena Koto

NIM : 13 230 0054

Semester : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos
Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

Perbaikan : Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos
Indonesia (Persero) Padangsidimpuan

Beriring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud. Demikian disampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.
Hormat kami,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. H. H. Asnawati, MA
NIP. 731128 200112 1 001

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

Bersedia/Tidak Bersedia
Menjadi Pembimbing I

Prof. Dr. H. H. Asnawati, MA
NIP. 731128 200112 1 001

~~Bersedia/Tidak Bersedia~~
Menjadi Pembimbing II

Arti Damisa, 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 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

nomor : B-241 /In.14/G/TL.00/03/2017
inspirasi : -
: Mohon Izin Riset

31 Maret 2017

pinan PT. POS Indonesia
(Persero) Padangsidimpuan

Padangsidimpuan

assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Asna Mahdalena Koto
NIM : 132300054
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 Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.POS Indonesia (PERSERO) 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 kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

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



PT POS INDONESIA

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

Nomor : 255/Umum-SDM/3/0417
Aspirasi : -
Materi : **Izin Penelitian**

Padangsidempuan, 03 April 2017
Kepada :
**Institute Agama Islam Negeri (IAIN)
Padangsidempuan**

Yang Hormat,

Berhubungan dengan surat B-241/In.14/G/TL.00/03/2017 tanggal 31 Maret 2017 perihal permohonan riset di Kantor Pos Padangsidempuan. Kami sampaikan ijin kami berikan untuk mahasiswa berikut di bawah

Nama : Asna mahdalena Koto
NIM : 132300054
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Pada pelaksanaan ijin diberikan dalam bentuk ijin melakukan wawancara kepada Pelanggan Pos dalam batas-batas yang di tentukan oleh Supervisor Pelayanan. Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

A.n Kepala Kantor
SDM, Teknologi dan Sarana



Akbar Syakir
Nippos: 990418534



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

nomor : 256/Umum-SDM/3/0417
inspirasi : -
perihal : **Pemberitahuan Telah
Menyelesaikan Penelitian**


Padangsidempuan, 07 April 2017
Kepada :
**Institute Agama Islam Negeri (IAIN)
Padangsidempuan**

Yang Hormat,

Sehubungan dengan surat B-241/In.14/G/TL.00/03/2017 tanggal 31 Maret 2017 perihal permohonan riset di Kantor Pos Padangsidempuan. Kami sampaikan ijin kami berikan untuk mahasiswa tersebut di bawah

Nama : Asna Mahdalena Koto
NPM : 132300054
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam

telah selesai melaksanakan riset wawancara kepada Pelanggan Pos dalam batas-batas yang ditentukan oleh Supervisor Pelayanan pada tanggal 06 April 2017. Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

A.n Kepala Kantor
SDM, Teknologi dan Sarana

KANTOR POS
POS INDONESIA
PADANGSIDEMPUAN
Akbar Syakir
Nippos: 990418534