



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT. POS INDONESIA PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**ANDRIANSYAH  
NIM: 14 402 00139**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.  
POS INDONESIA KCP PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**ANDRIANSYAH  
NIM. 14 402 00139**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing I

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

*ACC skripsi  
19/01/2020*

Pembimbing II

Damri Batubara, M.A

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

**2020**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22060 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. ANDRIANSYAH  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, Oktober 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. ANDRIANSYAH yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan San Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasa PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

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

**PEMBIMBING II**

**Damri Batubara S.H.I., MA**

**SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

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

Nama : **ANDRIANSYAH**  
NIM : 1440200139  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
JudulSkripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Pos Indonesia KCP. Panyabungan**

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.

Padangsidempuan, 13 Maret 2020  
Saya yang Menyatakan,



**ANDRIANSYAH**  
**NIM. 14 402 00139**

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

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANDRIANSYAH  
NIM : 1440200139  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Pos Indonesiaa KCP. Panyabungan**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 19 Maret 2020

Yang menyatakan,

  
  
ANDRIANSYAH  
NIM. 14 402 00139



**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

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Andriansyah  
NIM : 14 402 00139  
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kwaitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia KCP Panyabungan

**Ketua**

Drs. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102199103 1 001

**Sekretaris**

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201403 2 002

**Anggota**

Drs. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102199103 1 001

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201403 2 002

Dr. Budi Gautama Siregar, M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M  
NIP. 19841130201801 2 001

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Senin/23 November 2020  
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB  
Hasil/Nilai : 66,75/(C)  
IPK : 2,99  
Predikat : Baik



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

### PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUAITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. POS  
INDONESIA KCP PANYABUNGAN

NAMA : ANDRIANSYAH  
NIM : 14 402 00139

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Januari 2021



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : ANDRIASYAH  
**Nim** : 14 402 00139  
**Judul** : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan.**

Besarnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang, menjadi sebuah celah yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan”. Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah “untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan”.

Pembahasan penelitian berkaitan dengan pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dalam teori, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan angket dengan jumlah responden 90 pelanggan yang datang di PT. POS, alat analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linear, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f dan regresi berganda

Hasil penelitian uji t diketahui  $t_{hitung}$  pelayanan = 0,319 < 1,663 sebagai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  harga = 1,626 < 1,663 sebagai  $t_{tabel}$  artinya kedua variabel bebas tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat, kemudian dari uji f diketahui  $f_{hitung}$  = 1,323 < 2,71 sebagai  $f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh secara positif tingkat pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. sedangkan uji regresi berganda yang dilakukan kepuasan = 27,008 + 0,016 (pelayanan) + 0,167 (harga), artinya berdasarkan uji t dan uji f yang dilakukan baik secara parsial dan simultan kedua variabel bebas (pelayanan dan harga) menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap variabel terikat (kepuasan) di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan.

***Kata Kunci: Pelayanan, harga, dan Kepuasan Pelanggan***



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan sekaligus selaku pembimbing I, Bapak Dr. Abdul

Nasser Hasibuan, M.Si wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Damri Batubara, M.A selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusril Fahmi M. Hum, selaku 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 pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda H. Syahrial, Ibunda Hj. Raminah Pane, Saudari Noviansyah, Addliansyah) yang paling berjasa dalam hidup penulis. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

8. Untuk sahabat peneliti Hendriansyah Sihombing, Raditya Hasibuan, Ahmad Fahrur Rozi, Erin Feizar, Iskandar Muda, dan Sihar Iskandar Muda Simbolon. yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini.
9. Teruntuk grup MB-3 dan rekan-rekan Ekonomi Syariah Manajemen bisnis-3, angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
10. Terima kasih juga untuk teman-teman KKL kelompok Desa Situmba Kec. Sipirok Kab. Tapanuli Selatan dan terima kasih juga untuk teman-teman satu magang di Kantor POS di Kab. Mandailing Natal.
11. 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.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah bapak/ibu dan saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah bapak/ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti. Amin yaa rabbal'alamin.

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

Padangsidempuan, Maret, 2020

Peneliti

**ANDRIANSYAH**

**NIM. 14 402 00139**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es (dengan titik di

			bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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

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

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

ی...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta mar butah* ada dua:

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

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

### D. Syaddah (Tasydid)

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

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.



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

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan 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.

#### **G. Penulisan Kata**

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

#### **H. Huruf Kapital**

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

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

Penggunaan huruf awal capital 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.

## **I. Tajwid**

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

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

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Pengesahan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Pembimbing</b>	
<b>Berita Acara Munaqasyah</b>	
<b>Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</b>	
<b>Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Definisi Operasional Variabel .....	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Kerangka Teori .....	11
1. Kepuasan Pelanggan.....	11
2. Kualitas Pelayanan .....	16
3. Harga .....	19
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pikir .....	28
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	30
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
B. Jenis Penelitian .....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30
D. Instrumen Pengumpulan Data .....	32
1. Observasi .....	32
2. Wawancara .....	32
3. Angket.....	33
E. Teknik Pengolahan Data.....	35
1. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen .....	35
a. Uji Validitas .....	35

b. Uji Reabilitas .....	35
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
a. Uji Normalitas .....	36
b. Uji Linearitas .....	36
c. Uji Multikolinearitas .....	37
d. Uji Heteroskedastisitas .....	37
3. Uji Regresi Linear Berganda .....	37
4. Uji Hipotesis .....	38
a. Uji T.....	38
b. Uji F.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum PT.POS Indonesia KCP Panyabungan .....	40
1. Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia .....	40
2. Visi dan Misi .....	44
3. Struktur Organisasi .....	44
4. Uraian Pekerjaan.....	45
5. Produk Dan Layanan .....	46
B. Analisis Deskriptip.....	47
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	50
D. Keterbatasan Penelitian.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran-Saran .....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Angket Kualitas Pelayanan .....	33
Tabel 3.2 Angket Harga .....	34
Tabel 3.3 Angket Kepuasan Pelanggan .....	34
Tabel 4.1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	48
Tabel 4.2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Linaritas .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Multkolinearitas .....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda .....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji f .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pos Indonesia KCP Panyabungan.	45
Gambar 4.2 Grafik Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4.3 Grafik Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Data Responden
Lampiran 4	Kualitas Pelayanan
Lampiran 5	Data Harga
Lampiran 6	Data Kepuasan Pelanggan
Lampiran 7	Dokumentasi
Lampiran 8	Pengesahan Judul
Lampiran 9	Permohonan Surat Riset
Lampiran 10	Balasan Surat Riset

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Besarnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang, menjadi sebuah celah yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Keberhasilan sebuah perusahaan ekspedisi bukan hanya dari faktor pelanggan saja, namun juga kualitas pengiriman barang yang diberikan. Baik dari sisi keamanan dan ketepatan pengiriman barang menjadi *concern* utama yang perlu menjadi prioritas. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.<sup>1</sup>

Layanan berkualitas dibutuhkan dalam perusahaan untuk memenangkan pasar dalam dunia persaingan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian dapat dapat membutuhkan kepercayaan pelanggan. Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

---

<sup>1</sup>Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana Ed1, 2005), bk. hlm 235.



Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan. Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan harga atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket atau dokumen di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Sepak terjang Pos Indonesia dalam melakoni jasa pengiriman selama puluhan tahun memang tidak perlu diragukan lagi kehandalannya. Perusahaan milik negara ini telah beroperasi sejak puluhan tahun yang lalu, sehingga tidak heran jika Pos Indonesia memiliki segudang pengalaman di bidang pengiriman barang. Bukan hanya pengiriman barang saja, Pos Indonesia juga memberikan layanan pengiriman berbagai dokumen.

Menurut Kotler dan Keller kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, n.d.), bk. hlm 143.

Definisi ini memberikan arti bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan kepada pemuasan kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses pertukaran. Dalam hal ini pertukaran yang dimaksud adalah barang dan jasa, serta uang dan tenaga. Kegiatan pemasaran melibatkan dua pihak yang saling berinteraksi, dimana pihak yang satu menginginkan kepuasan, sedangkan pihak yang lainnya ingin memperoleh laba. Pihak-pihak yang dimaksud adalah produsen dan konsumen. Produsen menciptakan barang atau jasa sedangkan konsumen adalah pihak yang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk dipenuhi. Jadi disebabkan karena adanya kepentingan dari masing-masing pihak, maka timbullah yang disebut pertukaran atau arus perpindahan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan wawancara kepada salah satu pelanggan dengan saudara Ahmad Fahrur Rozi yang ada di PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan pada hari sabtu pukul 16:30 WIB, bahwa kualitas pelayanannya kurang bagus, dimana pada hari-hari tertentu pelayanan yang mereka berikan kurang maksimal. Kepuasan pelanggan bisa dilihat dari bagaimana pelanggan menggunakan pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang disediakan akan membuat pelanggan merasa lebih puas dalam menerima jasa yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan oleh karena itu pelanggan harus dilayani sebaik-baiknya.

Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Pelayanan dibagian *costumer service* hanya ada 2 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebanyak 25 orang per

hari ke *costumer service*. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 2 di *costumer service* menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 10 menit hingga 20 menit untuk bertemu.

Beberapa temuan lain terkait pelayanan adalah sistem pengantrian di loket. Pasalnya, saat para pelanggan melakukan transaksi harus mengantri sepanjang 10 orang hingga 20 orang dengan berdiri dan duduk dikarenakan tidak adanya sistem nomor antrian pada loket.

Selain itu, tidak dapat dipungkiri juga bahwa banyak jasa pengiriman lain seperti JNE, J&T yang muncul sebagai pesaing bagi Pos Indonesia KCP Panyabungan ini. Bahkan sekarang lebih banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman lain daripada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan, bisa saja karena ketentuan waktu pengiriman atau harga pengiriman paket dan dokumen yang dikirim.

Produk dengan kualitas yang jelek, harga yang mahal, penyerahan yang lambat, dan cara pemberian pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang pada akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut dikemudian hari. Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggannya. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan

menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.<sup>3</sup>

Harga adalah salah satu elemen-elemen yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan salah satu elemen fleksibel, karenanya harga dapat berubah sewaktu-waktu. Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan.<sup>4</sup>

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

Pemasaran juga merupakan kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem keseluruhan. Dikatakan sebagai suatu keseluruhan, karena pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan harga yang sesuai, menentukan cara-cara promosi yang tepat dan pola distribusi produk yang efektif. Kepuasan bisa dilihat

---

<sup>3</sup>Natasja Hosang, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien," (*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*), n.d., bk. hlm 160.

<sup>4</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.196.

dari bagaimana pelanggan menggunakan pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang membuat pelanggan merasa senang akan meningkatkan status perusahaan. Pelanggan merupakan raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pelanggan harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Sehubungan dengan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. POS Indonesia KCP Panyabungan.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelayanan yang kurang maksimal di PT.Pos Indonesia KCP Panyabungan.
2. Ketatnya persaingan antar perusahaan jasa pelayanan pengiriman.
3. Banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang muncul sebagai pesaing bagi PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.
4. Menentukan harga yang tidak sesuai terhadap produk dan layanan jasa pengiriman barang.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, peneliti akan membatasi penelitian ini. Adapun batasan masalah masalah dalam penelitian ini adalah hanya membahas tentang kualitas pelayanan dan harga pengiriman yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP panyabungan.

### D. Definisi Operasional Variabel

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

**Tabel 1.1**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan	Kualitas adalah pelayanan derajat yang dicapai oleh karakteristik yang interen dalam memenuhi persyaratan. Sedangkan pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.	-Keandalan ( <i>Reliability</i> ) -Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) -Jaminan ( <i>Asurance</i> ) -Empati ( <i>Empathy</i> ) -Wujud fisik ( <i>Tangible</i> )	Ordinal

Harga	Harga adalah nilai suatu barang yang dimasukkan dalam mata uang ataupun medium moneter lainnya yang dijadikan sebagai alat pembayaran.	-Keterjangkauan harga -Kesesuaian harga dengan manfaat -Kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, maka nasabah merasa kecewa.	-Mendapat informasi yang akurat -Dapat memenuhi kebutuhan -Pelayanan yang diberi memuaskan	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah, maka rumusandalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan?

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terutama bagi bidang ilmu yang diteliti. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan untuk meningkatkan kemampuan berpikir melalui penelitian karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang telah peneliti pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
2. Bagi perusahaan sebagai sumbangan pemikiran dan masukan terhadap perusahaan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.
3. Sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti masalah ini lebih jauh dimasa mendatang.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.<sup>5</sup> Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>6</sup> Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

---

<sup>5</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chadra, *Servis, Kualitas Dan Satisfiction Edisi 3* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), bk. hlm 292.

<sup>6</sup>Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, bk. hlm 138-139.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan Pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Sedangkan definisi kepuasan Pelanggan menurut Rangkti “Bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan“.

Ada beberapa metode yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

b. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menjamin suatu produk memiliki kualitas yang baik.

c. Kualitas jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

d. *Emotional factor*

Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

- e. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.<sup>7</sup>

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan Pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka Pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi Pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Perusahaan juga harus mempelajari lima jenis pasar pelanggan secara lebih dekat, yaitu:

- a. Pasar konsumen terdiri dari perorangan dan keluarga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi
- b. Pasar bisnis membeli barang dan jasa untuk pemrosesan lebih lanjut atau untuk digunakan dalam proses produksi perusahaan.
- c. Pasar Penjual Perantara membeli barang dan jasa untuk dijual kembali demi mendapatkan laba.
- d. Pasar Pemerintah terdiri dari badan-badan pemerintah yang membeli barang dan jasa untuk menghasilkan pelayanan umum.

---

<sup>7</sup>Ade Syarif Maulana, "PeNgaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI," (*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*), 2016, bk. hlm 115.

- e. Pasar Internasional terdiri dari para pembeli dinegara lain, termasuk konsumen, produsen, penjual perantara, dan pemerintah.

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, sudah barang tentu harus menyadari tentang kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, menurut Ali Hasan loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Dan selanjutnya dalam kepuasan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan. Mempertahankan Pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal : Karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak bersujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayana yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

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

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

Suatu perusahaan perlunya mengidentifikasi pelanggannya, karena kepuasan pelanggan ini tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi.

Dalam pengembangannya ada beberapa aspek yang dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelangggan. Semakin meningkat kepuasan pelanggan maka aspek rersebut dapat meningkat pula diantaranya:

a. Niat beli ulang

Apabila seorang konsumen menerima kepuasan dalam hal menggunakan sebuah produk, maka kecendrungan yang terjadi pada konsumen tersebut akan berniat untuk membeli ulang produk perusahaan tersebut.

b. Loyalitas pelanggan

Seorang pelanggan yang menerima kepuasan dari sebuah perusahaan akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Konsumen akan menggunakan dari setiap produk-produk yang dikeluarkan

c. Perilaku komplain

Pengembangan kepuasan pelanggan dapat mengurangi komplain dari konsumen yang kita layani. Apabila kepuasan pelanggan meningkat maka perilaku komplain dari konsumen juga akan semakin menipis.

d. Gethok tular positif

Kepuasan pelanggan dapat berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan. Dalam hal ini perilaku konsumen yang interaktif dapat menjadi alat promosi dari setiap produk-produk perusahaan.

## 2. Kualitas pelayanan

Konsumen pada hakekatnya akan membeli beberapa produk yang dapat memenuhi keinginannya dan kebutuhannya. Salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya kualitas pelayanan, baik itu produk fisik atau barang kualitas dapat dilihat secara obyektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan sebelum dan sesudah pembelian. Dengan demikian pelanggan bisa mengukur kualitas barang dengan melihat hal hal yang berkaitan dengan pelayanan baik sebelum dan sesudah barang dibeli mulai dari faktor fisik, jaminan pelayanan, kemampuan pelayanan, bukti pelayanan, dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan perborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan konsumen, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil dan meningkatkan utilitas kapasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa. Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu jasa.<sup>9</sup>

Secara sederhana, istilah *service* (pelayanan) mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain“. Sebagai jasa, *service* umumnya

---

<sup>8</sup>Maulana, bk. hlm 116-117.

<sup>9</sup>M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), bk. hlm 2-3.

mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.<sup>10</sup>

Parasuraman dkk, menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *ServQual* (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu :

- 1) *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Chadra, *Servis, Qualiti Dan Satisfiction Eidisi 3*, bk. hlm 1.

<sup>11</sup>Chadra, bk. hlm 198.



Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

وَأُولَ الْأَرْضِ مِّنْ لَّكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفُقُوا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
يَدُ غَنِيِّ اللَّهِ أَنَّ وَعَلِمُوا فِيهِ تَغْمِضُوا أَنَّ إِلَّا بِشَا خِذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَاتِ مِمَّ

ح م

Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketauhilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”<sup>12</sup>.

Dimensi keandalan yang berkenan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliable* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

<sup>12</sup>Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, ( Baandung: PT. SyaamilCipta Media, 2005), 45

### 3. Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.<sup>13</sup> Harga sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>14</sup> Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.

Harga bisa juga dikatakan sebagai unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu harga juga merupakan alat pertukaran terhadap suatu atau jasa oleh pelanggan.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berfikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang dipasaran dengan harga yang telah ditetapkan.

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad.

---

<sup>13</sup>Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, bk. hlm78.

<sup>14</sup>Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *Jurnal EMBA*, No 3 ISSN 2303-1174 I (2013): col. 73.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana harus direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad baik lebih ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Dalam penetapan sebuah harga ada beberapa tujuan yang harus dipertimbangkan, yaitu:

a. Berorientasi pada laba

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

b. Berorientasi pada volume

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

c. Berorientasi pada citra

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

d. Stabilitas harga

Pada masa ini stabiitas harga menjadi penilayan tersendiri bagi masyarakat. Apabila sebuah perusaan satu menurunkan harga produk yang hampir sama dengan peroduk yang diproduksi, maka secara otomatis perusahaan tersebut akan menurunkan harga. Agar dapat bersaing dan agar hargatetep stabil.

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

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

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardawi: “penentuan ada dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang harap. Tas’ir ada yang zalim, itulah yang diharapkan dan ada yang adil itu yang dibolehkan.

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

عَنْ تَجْرَةً تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لِأَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلًا مِنْكُمْ تَرَاضُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu” dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri, sesungguhnya Allah adalah penyayang kepadamu.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardawi : “penentuan harga dilihat oleh dua bentuk ; ada yang boleh dan ada yang haram Tas’ir ada yang Zalim. Itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan. Selanjutnya Qardawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual dengan menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.<sup>15</sup>

#### 4. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu<sup>16</sup>:

##### 1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

<sup>15</sup>Sri Rahayu, “Pengaruh Persepsi Harga Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Ibnu Sina,” *Jurnal Universitas Islam Negeri Alahuddin Makassar* 1 (n.d.): col. hlm 25-26.

<sup>16</sup>Fandy Tjiptono dan Anastasya Diana, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta, 2003), bk. hlm 35-37.

## 2. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai apa yang diharapkan.

## 3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap mereka tertentu.

## 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

## 5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel II.1**

No	Nama	Variabel	Hasil penelitian
1	Siti Aminah, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan 2013 (Skripsi). <sup>17</sup>	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.	Hasil pengujian koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) menunjukkan bahwa angka Adjusted R <sup>2</sup> atau determinasi sebesar 0,614 berarti variable bebas (bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) mampu menjelaskan terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,4 % dan sisanya 38,4 % dipengaruhi oleh variable yang tidak diikuti.
2	Kiki Mariani Harahap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Insitut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (Skripsi). <sup>18</sup>	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos padangsidimpuan	Hasil pengujian koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) menunjukkan bahwa angka Adjusted R <sup>2</sup> atau determinasi sebesar 0,554 berarti variable bebas mampu menjelaskan terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 55,4 % dan sisanya 44,6 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diikuti.
3	Fitri Yanti Lubis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri (IAIN)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Pegadaian syariah cabang Halaman	Hasil pengujian koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) menunjukkan bahwa angka Adjusted R <sup>2</sup> atau determinasi sebesar 0,338 berarti variable bebas mampu menjelaskan terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan

<sup>17</sup>. Siti Aminah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PosIndonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan, 2013.

<sup>18</sup>. Kiki Mariani Harahap, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dikantor Pos Padangsidimpuan*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (IAIN).

	Padangsidimpuan ( Skripsi). <sup>19</sup>	bolak Padangsidimpuan.	(Y) sebesar 38,8 % dan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diikuti.
4	Khoirun Nisa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Skripsi Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya . <sup>20</sup>	Pengaruh Kepuasan Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo	Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo.
5	Muhammad Hafiz Zakaria Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro. <sup>21</sup>	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Wilayah Semarang	Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) secara positif dan signifikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, perbedaan dan kesamaan penelitian ini dengan beberapa peneliti terdahulu di atas, antara lain:

Dalam penelitian Siti Aminah perbedaannya yaitu, Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal sedangkan Siti Aminah, pengaruh kualitas pelanggan terhadap kepuasan nasabah. Persamaan yang terdapat dari

<sup>19</sup>. Fitri Yanti Lubis, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Halaman Bolak Padangsidimpuan*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Istitut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (IAIN).

<sup>20</sup>. Khoirun Nisa, *Pengaruh Keouasaan Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo*, Skripsi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

<sup>21</sup>. Muhammad Hafiz Zakaria, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Wilayah Semarang*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro.



penelitian adalah sama-sama meneliti kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah).

Dalam penelitian Kiky Mariani Harahap perbedaannya yaitu, Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidempuan sedangkan penelitian saya Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Adapun persamaan dalam penelitian adalah Sama-sama meneliti kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat.

Dalam penelitian Fitri Yanti Lubis terdapat perbedaan yaitu, Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Pegadaian syariah cabang Halaman bolak Padangsidempuan sedangkan penelitian saya membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Adapun persamaannya adalah Sama-sama meneliti kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah atau pelanggan pada variabel bebas dan variabel terikat.

Dalam penelitian Khoirun Nisa terdapat perbedaan yaitu, Variabel X penelitiannya kepuasan pelayanan, lokasi dan harga. Sedangkan dalam penelitian ini kepuasan pelayanan dan lokasi. Kemudian, studi kasus penelitian yang dilakukan juga berbeda, yang mana pada penelitian ini berada di PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan. Adapun persamaannya adalah variabel kualitas pelayanan dan harga. Selain itu variabel Y dalam penelitian Khoirunnisa dan penelitian ini sama, yaitu Kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian Muhammad Hafiz Zakaria terdapat perbedaan yaitu, Variabel penelitian Muhammad Hafiz Zakaria terdapat kualitas produk, sedangkan penelitian ini tidak terdapat kualitas produk. Studi kasus dalam penelitian ini PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan. Sedangkan pada penelitian Muhammad Hafiz Zakaria berada pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Wilayah Semarang. Sedangkan persamaannya adalah Persamaannya terletak pada variabel Kualitas pelayanan dan harga serta Kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah).

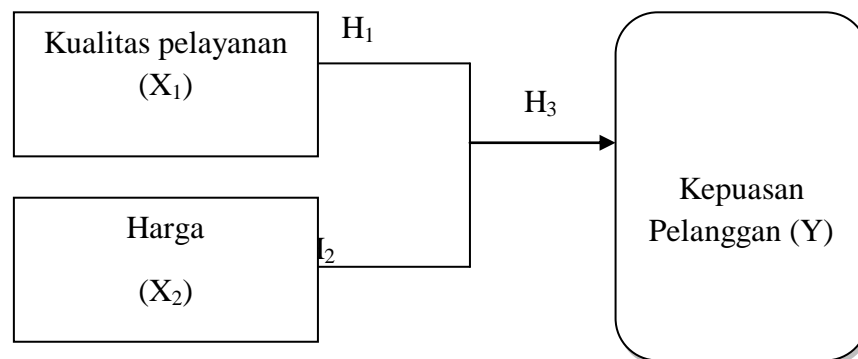
### **C. Kerangka Pikir**

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relative juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. Tetapi secara empirik kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangibility* (bukti fisik), dan *emphaty* (empati).

Jika PT. pos Indonesia KCP Panyabungan mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme pelayanan, maka kepuasan pelanggan lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan konsumen untuk merasa puas dengan pelayanan PT. pos Indonesia KCP Panyabungan akan lebih mendekati kenyataan. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelanggan merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak pelayanan pada situasi tertentu maupun di saat pasca pembelian.

Pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan konsumen setelah mengevaluasi suatu produk dengan pelayanan yang diterimanya.<sup>22</sup> Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan konsumen tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya. Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar II.1**  
**Bagan Kerangka Pikir**



---

<sup>22</sup>Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), bk. hlm 13.

#### **D. Hipotesis**

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ha: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan
- b. Ha: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan
- c. Ha: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah Jl. Ade Irma Suryani Nasution No. 7, kayujati, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara, 22919. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Agustus 2018 sampai selesai.

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

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjaga pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain.<sup>23</sup>

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

Populasi merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasilah peneliti dapat menentukan data yang diperlukan. Adapun yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Panyabungandengan jumlah populasi 825 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut<sup>24</sup>. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu,

---

<sup>23</sup>Alsa, bk. hlm 14.

<sup>24</sup>M. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), bk. hlm 99.

maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut dengan jumlah 825 orang.

Untuk menentukan sampel-sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin, yaitu:

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

$$n = \frac{825}{1 + 825(0,1^2)}$$

$$n = \frac{825}{1 + 825(0,01)}$$

$$n = \frac{825}{9,25} = 89 \text{ orang}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = tingkat error (batas toleransi kesalahan)

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 89 orang. Berdasarkan jumlah populasi yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan, maka penarikan sampel yang di gunakan oleh peneliti adalah *simple sampling random*. Metode penarikan sampel secara acak sederhana merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang sesungguhnya menjadi objek penelitian tersebut. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebahagian pelanggan PT Pos Indonesia KCP Panyabungan.<sup>25</sup>

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

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>26</sup> Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh, lalu diolah oleh peneliti langsung dari sumber asli atau responden.<sup>27</sup> Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Observasi**

Pengamatan atau Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.<sup>28</sup>

##### **2. Wawancara**

---

<sup>25</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), bk. hlm 161.

<sup>26</sup> Muhammad, bk. 59.

<sup>27</sup> Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), bk. hlm 76.

<sup>28</sup> <https://id.m.wikipedia.org/wiki/pengamatan>. (25 febuari 2020; 20:15)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Tanya jawab dilakukan dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.<sup>29</sup> Adapun Respondennya pelanggan PT. Pos KCP Panyabungan yang berketepatan dijumpai oleh peneliti.

### 3. Angket

Angket adalah pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis secara sistematis. Pertanyaan secara sistematis tersebut kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.<sup>30</sup>

Angket yang digunakan peneliti bersifat tertutup yang dimana nanti didalamnya ada beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan memilih jawaban seperti sangat baik, baik, kurang baik, dan sangat kurang baik.

Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel III.1**  
**Angket Kualitas Pelayanan**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Memberikan pelayanan sesuai janji					
2	Memberikan pelayanan tepat waktu					
3	Memberikan informasi kepada pelanggan					
4	Memberikan pelayanan yang tepat					
5	Keinginan dan kerelaan untuk membantu/menolong pelanggan					
6	Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan					
7	Perilaku karyawan yang membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan					
8	Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan					

<sup>29</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2006), bk. hlm 126.

<sup>30</sup>Bungin, bk. hlm 123.



9	Karyawan memahami keperluan yang khusus dari pelanggan					
10	Karyawan memberi kesempatan bertanya bagi pelanggan					
11	Karyawan kantor pos panyabungan memberi perhatian penuh pada saat melakukan transaksi dengan pelanggan					
12	Karyawan kantor pos panyabungan berpenampilan menarik					
13	Tersedianya tempat parkir					
14	Kondisi gedung yang baik dan fasilitas yang lengkap dikantor pos kcp panyabungan					
15	Keadaan kantor pos yang bersih dan nyaman					

Berdasarkan tabel diatas terdapat 15 Item pertanyaan yang akan diberikan kepada setiap pelanggan yang datang setiap harinya dikantor pos tentang masalah kualitas pelayanan.

**Tabel III.2**  
**Angket Harga**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga pengiriman sesuai dengan waktu yang di inginkan					
2	Tarif pengiriman terjangkau oleh pelanggan					
3	Memberikan garansi/jaminan yang sebanding apabila barang anda rusak/hilang					
4	Harga jasa pos indonesia kompetitif dengan harga jasa perusahaan ekspedisi yang lain					
5	Perhitungan tarif paket oleh karyawan dilakukan dengan cepat					
6	Harga jasa ekspedisi pos indonesia sesuai dengan kualitas yang diharapkan					

Berdasarkan tabel diatas terdapat 6 item pertanyaan yang akan diberikan kepada setiap pelanggan yang datang setiap harinya dikantor pos tentang masalah angket harga.

**Tabel III.3**  
**Angket Kepuasan Pelanggan**

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Puaskah bapak/ibu terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan					
2	Puaskah bapak/ibu terhadap jawaban yang diberikan karyawan					
3	Bagaimanakah keramahan dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan					
4	Bagaimanakah kenyamanan yang diberikan kantor pos dalam melayani pelanggan					
5	Bagaimanakah kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan					
6	Puaskah bapak/ibu ketepatan waktu dalam memberikan informasi yang diberikan pihak kantor pos					

Berdasarkan tabel diatas terdapat 6 item pertanyaan yang akan diberikan kepada setiap pelanggan yang datang setiap harinya dikantor pos tentang masalah angket kepuasan pelanggan.

## **E. Teknik Pegolahan Data**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur.<sup>31</sup> Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* dengan aplikasi SPSS 23.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu<sup>32</sup>. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila croanbach alpha  $> 0,60$  maka variabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila croanbach alpha  $< 0,60$  maka variabel dikatakan tidak reliabel.<sup>33</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji distribusi normal biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogrov Smirnov* (KS) dengan nilai p dua sisi (*two tailed*).

---

<sup>31</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2006), bk. hlm 130.

<sup>32</sup>Toha Anggoro, *Metode Penelitian* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), bk. hlm 36-38.

<sup>33</sup>Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Perss, 2011), bk. hlm 157-158.

Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS 23.

**b. Uji Linieritas**

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>34</sup>

**c. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah data model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 23. Jika nilai  $VIF < 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Namun, jika nilai  $VIF > 10,00$  maka artinya terjadi Multikolinieritas terhadap data yang diuji.

**d. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

---

<sup>34</sup>Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), bk. hlm 36.

lain.<sup>35</sup> Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terikat terhadap satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan jika jumlah variabel bebas minimal 2 variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan pelanggan

$A$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = Koefisien untuk variabel harga

$e$  = *Error*

$X_1$  = kualitas pelayanan

$X_2$  = harga

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel

---

<sup>35</sup>Priyanto, bk. 159.

terikat.<sup>36</sup> Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS 23 pada bagian *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard Error Estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung.

#### **b. Uji F**

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari harga, citra merek, dan kualitas produk untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

---

<sup>36</sup>Setiawan & Dwi Endank Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), bk. hlm 64.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT.Pos Indonesia, KCP Panyabungan**

##### **1. Sejarah Singkat PT. POS Indonesia**

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dalam bidang layanan pos. Saat ini, bentuk usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (Perum) menjadi sebuah perusahaan persero.

Dunia perposan modern muncul di Indonesia sejak tahun 1602 pada saat VOC menguasai bumi nusantara ini. Pada saat itu, perhubungan Pos hanya dilakukan di kota-kota tertentu yang berada di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa. Surat-surat atau paket-paket pos hanya diletakkan di Stadsherbrg atau Gedung Penginapan Kota sehingga orang-orang harus selalu mengecek apakah ada surat atau paket untuknya di dalam gedung itu. Untuk meningkatkan keamanan surat-surat dan paket-paket pos tersebut, Gubernur Jendral G. W. Baron Van Imhoff mendirikan kantor Pos pertama di Indonesia yang terletak di Batavia (Jakarta). Pos pertama ini didirikan pada tanggal 26 Agustus 1746.

Era kepemimpinan Gubernur Jendral Daendels di VOC membuat sebuah kemajuan yang cukup berarti di dalam pelayanan pos di nusantara. Kemajuan tersebut berupa pembuatan jalan yang terbentang dari Anyer sampai Panarukan. Jalan sepanjang 1.000 km ini sangat membantu dalam mempercepat pengantaran surat-surat dan paket-paket antar kota Pulau Jawa. Jalan yang dibuat dengan metode rodi (kerja paksa) ini dikenal dengan nama Groote Postweg (jalan raya pos). Dengan adanya jalan raya ini, perjalanan antara Provinsi Jawa Barat sampai Provinsi Jawa Timur, yang awalnya bisa memakan waktu puluhan hari, bisa ditempuh dalam jangka waktu kurang dari seminggu. Arus perkembangan teknologi telepon dan telegraf yang masuk ke Indonesia pun mengubah sistem pelayanan Pos di Indonesia. Pada tahun 1906, pos di Indonesia pun akhirnya berubah menjadi Posts Telegraafend Telefoon dienst atau Jawatan Pos, Telegraf, dan Telepon (PTT). Layanan Pos yang awalnya berpusat di *Welrevender* (Gambir) juga berpindah ke Dinas Pekerjaan Umum atau *Burgerlijke Openbare Werker* (BOW) di Bandung pada tahun 1923. Pada saat pendudukan Jepang di Indonesia, jawatan PTT dikuasai oleh militer Jepang. Angkatan Muda PTT (AMPTT) mengambil alih kekuasaan Jawatan PTT tersebut dan kemudian secara resmi berubah menjadi Jawatan PT Republik Indonesia. Peristiwa tersebut terjadi pada tanggal 27 September 1945. Hari itu pun diperingati sebagai Hari Bakti PTT atau Hari Bakti Parpostel.



Cukup banyak perubahan dalam sistem Pos Indonesia sendiri. Perubahan tersebut terlihat dari bentuk badan usaha yang dimiliki oleh Pos Indonesia secara terus menerus dari tahun ke tahun. Pada tahun 1961, Pos Indonesia resmi menjadi perusahaan negara berdasarkan Peraturan Pemerintahan Nomor 240 Tahun 1961. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa Jawatan PTT itu kemudian berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Setelah menjadi perusahaan negara, Perusahaan Negara Pos Telekomunikasi (PN Postel) mengalami pemecahan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Hal ini bertujuan untuk mencapai perkembangan yang lebih luas lagi dari masing-masing badan usaha milik negara (BUMN) ini. Pemecahan PN Postel menjadi PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi ini memiliki legalitas hukum melalui Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1965. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1978 dikeluarkan untuk mengubah lagi bentuk badan usaha dari pelayanan Pos Indonesia ini (melalui PN Pos dan Giro). Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, Perusahaan Negara Pos dan Giro berubah menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro (Perum Pos dan Giro). Hal ini bertujuan untuk semakin mempermudah keleluasaan pelayanan Pos bagi masyarakat Indonesia. Perubahan bentuk usaha dari sebuah perusahaan negara menjadi perusahaan umum ini pun disempurnakan lagi supaya bisa mengikuti iklim usaha yang sedang

berkembang melalui keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1984 mengenai tata cara pembinaan dan pengawasan. Setelah beberapa tahun memberikan pelayanan dengan statusnya sebagai perusahaan umum, Pos Indonesia mengalami perubahan status atau bentuk usaha lagi. Dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1995, Perum Pos dan Giro berubah menjadi PT. Pos Indonesia (Persero). Hal ini bertujuan untuk memberikan fleksibilitas dan kedinamisan untuk PT. Pos Indonesia (Persero) sehingga bisa lebih baik dalam melayani masyarakat dan menghadapi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat persaingannya.<sup>37</sup>

PT. Pos Indonesia, Kcp Panyabungan terletak di Jalan Ade Irma Suryani No. 07 Kayu Jati dengan kode kantor 22919. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat kota Panyabungan yang terletak di pasar lama dekat dengan Rumah Sakit Umum, perkantoran Kapolsek dan taman kota. Jumlah karyawan pada Cabang Panyabungan sebanyak 5 orang. Fasilitas yang terdapat pada PT Pos Indonesia Panyabungan antara lain 5 unit komputer, 1 unit AC, 1 unit timbangan untuk menimbang surat atau paket, 1 unit mesin penghitung uang, meja dan kursi.

## **2. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia**

### **a. Visi**

---

<sup>37</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Pos\\_Indonesia#](https://id.wikipedia.org/wiki/Pos_Indonesia#) 19 desember 2019 17:06

Menjadi pilihan utama layanan logistik dan jasa keuangan.

#### **b. Misi**

- Memberikan solusi layanan logistik *e-commerce* yang kompetitif.
- Menjalankan fungsi *designated operator* secara profesional dan kompetitif.
- Memberikan solusi jasa layanan keuangan terintegrasi yang kompetitif dalam rangka mendukung *financial inclusion* berbasis digital.
- Memberikan solusi layanan dokumentasi dan otentikasi digital yang kompetitif.<sup>38</sup>

#### **3. Struktur Organisasi**

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

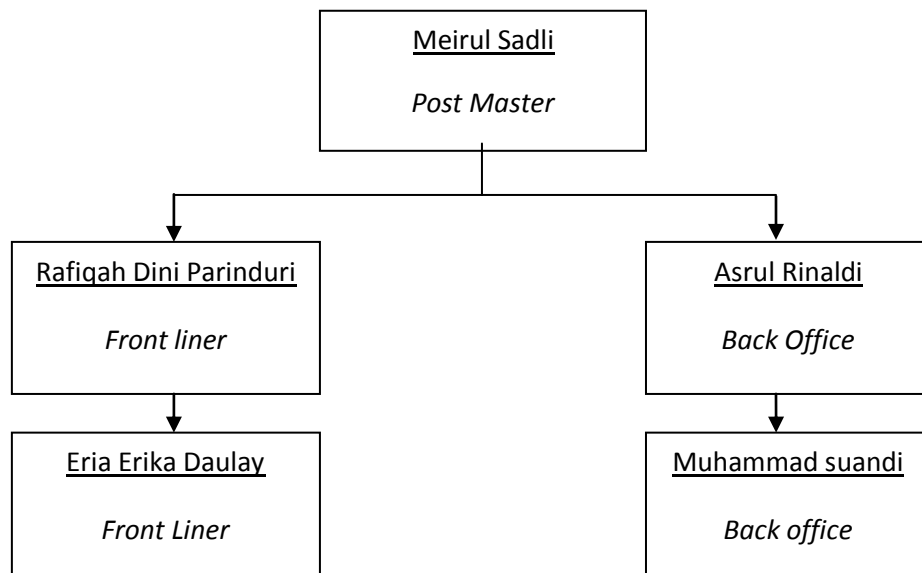
---

<sup>38</sup><https://.posindonesia.co.id/id/content/13> 22 desember 2019 22:51

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

Adapun struktur organisasi PT. Pos Indonesia, KCP Panyabungan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia, KCP Panyabungan**



#### 4. Uraian Pekerjaan

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

- a. *Post Master*

Bertanggung jawab atas kegiatan perusahaan, menyusun rencana kerja dan memperhatikan kebutuhan karyawan sesuai dengan kemampuan perusahaan.

b. *Front Liner* (Bagian Loker)

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

c. *Back Office* (Bagian Operasional)

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

## 5. Produk dan Layanan

Ada beberapa produk dan layanan pada PT. Pos Indonesia, KCP Panyabungan antara lain sebagai berikut:

a) Surat dan Paket

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

b) Logistik

Adapun layanan yang diberikan pos logistik yaitu transportasi, pergudangan, *Freight forwarding*, jasa kepabeanan dan *Regulated agent*.

c) Jasa Keuangan

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

d) Ritel

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

## B. Analisis Deskriptif

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT POS Indonesia KCP Panyabungan. Melalui penyebaran angket kepada 89 responden yang menjadi sampel penelitian, pada analisis deskriptif ini data responden dijelaskan melalui data tunggal, data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari peneliti, untuk menjelaskan identitas responden maka peneliti membuat analisis responden sebagai berikut:

### 1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden peneliti sebagai berikut:

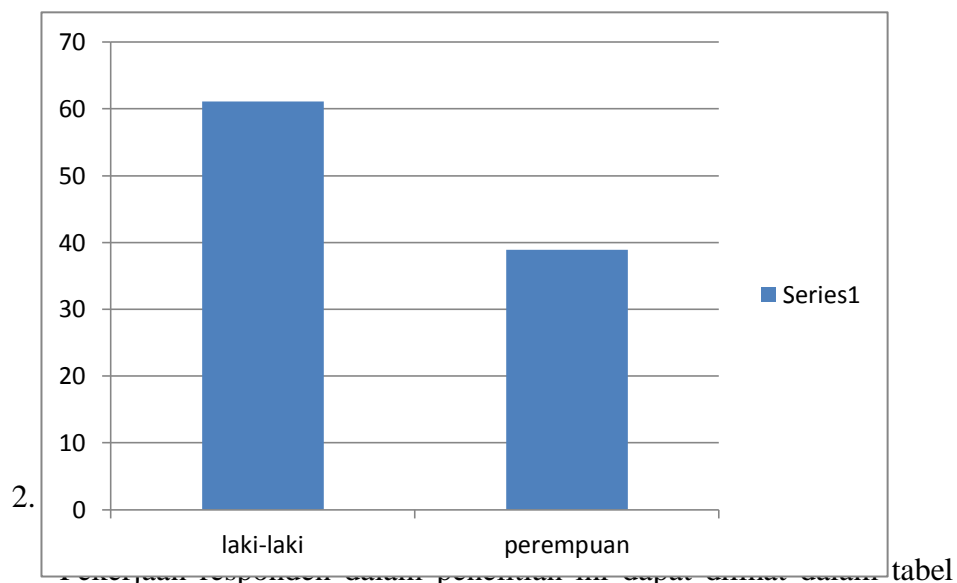
**Tabel 4.1**  
**Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	55	61,11%
2	Perempuan	34	38,89%
Total		89	100%

*Sumber, hasil penelitian (angket) 2019 (data diolah)*

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 55 orang atau 61,11% adalah responden laki-laki dan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 38,89%. Dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.2**  
**Grafik Jenis Kelamin**



berikut:

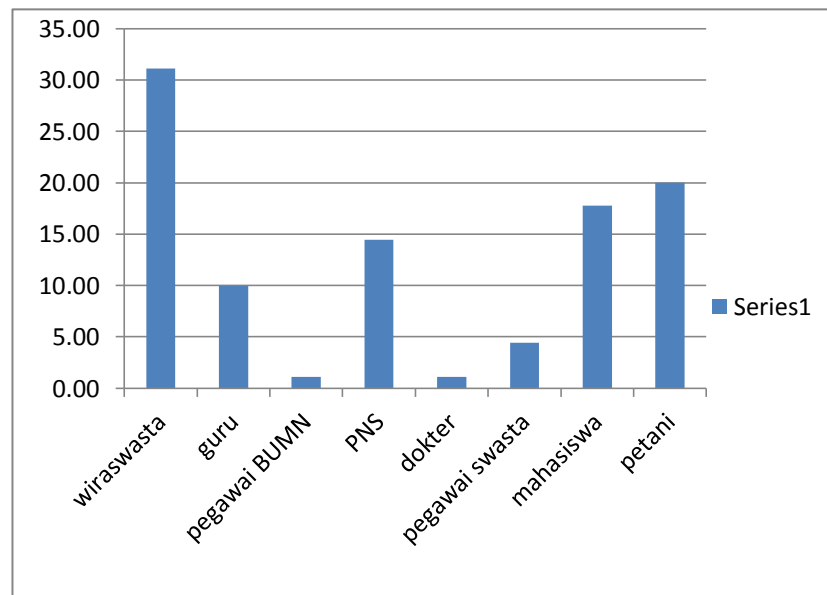
**Tabel 4.2**  
**Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan**

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persen
1	Wiraswasta	28	31,11%
2	Guru	9	10%
3	pegawai BUMN	1	1,11%
4	PNS	13	14,44%
5	Dokter	1	1,11%
6	pegawai swasta	4	4,44%
7	Mahasiswa	15	17,78%
8	Petani	18	20%
Total		89	100%

*Sumber: Hasil Penelitian (angket) 2019 (data diolah)*

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pekerjaan dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 28 orang atau 31,11% adalah wiraswasta, guru sebanyak 9 orang atau 10%, pegawai BUMN sebanyak 1 orang atau 1,11%, PNS sebanyak 13 orang atau 14,44%, dokter sebanyak 1 orang atau 1,11%, pegawai swasta sebanyak 4 orang atau 4,44%, mahasiswa sebanyak 15 orang atau 17,78%, dan sisanya adalah petani yaitu sebanyak 18 orang atau 20%. Dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.3**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan**





## C. Hasil Analisis Data Penelitian

### 1. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur.<sup>39</sup> Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment*. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.3**  
**Uji Validitas Pelayanan Di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan**

NO	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,153	Di peroleh $r_{tabel}$ sebesar 0.2072 pada taraf signifikansi 0,5%	Tidak Valid
2	0,210		Valid
3	0,038		Tidak Valid
4	0,089		Tidak Valid
5	0,463		Valid
6	0,489		Valid
7	0,592		Valid
8	0,608		Valid
9	0,675		Valid
10	0,455		Valid
11	0,461		Valid
12	0,406		Valid
13	0,238		Valid
14	0,349		Valid
15	0,267		Valid

<sup>39</sup>Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah*, bk. hlm 130.

Dari tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa ada 3 nilai korelasi yang kurang dari 0,2072. Sehingga seluruh pernyataan yaitu sebanyak 15 pertanyaan tentang pelayanan di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan terdapat 3 pernyataan yang dinyatakan tidak valid karena  $r_{tabel} > r_{hitung}$ . Selanjutnya uji validitas item pertanyaan tentang harga adalah:

**Tabel IV.4**  
**Uji Validitas Harga Di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan**

NO	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,467	Di peroleh $r_{tabel}$ sebesar 0,2072 pada taraf signifikansi 0,5%	Valid
2	0,378		Valid
3	0,463		Valid
4	0,622		Valid
5	0,466		Valid
6	0,571		Valid

Dari tabel IV.4 di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada nilai korelasi yang kurang dari 0,2072. Sehingga seluruh pernyataan yaitu sebanyak 6 pertanyaan tentang harga di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan dinyatakan valid karena  $r_{tabel} < r_{hitung}$  selanjutnya uji validitas item pertanyaan tentang kinerja adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.5**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan**

NO	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,355	Di peroleh $r_{tabel}$ sebesar 0,2072 pada taraf signifikansi 0,5%	Valid
2	0,489		Valid
3	0,441		Valid
4	0,464		Valid
5	0,371		Valid
6	0,492		Valid

Dari tabel IV.5 di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada nilai korelasi yang kurang dari 0,2072. sehingga seluruh pernyataan yaitu sebanyak 6 pertanyaan tentang kepuasan pelanggan di PT.POS Indonesia KCP Panyabungan dinyatakan valid karena  $r_{tabel} < r_{hitung}$ .

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>40</sup> Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila croanbach alpha  $> 0,60$  maka variabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila croanbach alpha  $< 0,60$  maka variabel dikatakan tidak reliabel.<sup>41</sup>

**Tabel IV.6**  
**Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
Kualitas pelayanan	0,857	15
Harga	0,668	6
Kepuasan pelanggan	0,658	6

Berdasarkan tabel IV.6 di atas, reliabilitas kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai cronbach's alpha  $0,857 > 0,6$  yang dinyatakan reliabel, dan reliabilitas harga (X2) memiliki nilai cronbach's alpha  $0,668 > 0,6$  yang dinyatakan reliabel, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai cronbach's alpha  $0,658 > 0,6$  yang dinyatakan reliabel. Soal untuk

<sup>40</sup>Anggoro, *Metode Penelitian*, bk. hlm 36-38.

<sup>41</sup>Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, bks. hlm157-158.

pertanyaan motivasi memiliki 15 item, kompensasi 6 item dan kinerja memiliki 6 item yang digunakan untuk analisis data selanjutnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogrov Smirnov* (KS) dengan nilai p dua sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,1.

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Totalx1	Totalx2	Totally
N		89	89	89
Normal	Mean	43,9888	22,5506	22,3258
Parameter	Std. Deviation	4,07457	1,91887	1,81393
$S^{a,b}$				
Most	Absolute	,101	,121	,173
Extreme	Positive	,101	,104	,108
Difference	Negative	-,085	-,121	-,173
s				
Test Statistic		,101	,121	,173
Asymp. Sig. (2-tailed)		,024 <sup>c</sup>	,003 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

Dari hasil *output* tabel 4.7 di atas dapat dilihat hasil *absolute* untuk kualitas pelayanan sebesar  $0,101 > 0,05$  yaitu data berdistribusi normal, dan harga sebesar  $0,121 > 0,05$  dapat disimpulkan berdistribusi

normal, sedangkan kepuasan pelanggan sebesar  $0,173 > 0,05$  dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Realitas Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>42</sup>

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Realitas Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	52,060	18	2,892	,852	,634
		Linearity	,037	1	,037	,011	,917
		Deviation from Linearity	52,023	17	3,060	,902	,574
	Within Groups		237,490	70	3,393		
Total			289,551	88			
y * x2	Between Groups	(Combined)	16,952	8	2,119	,622	,757
		Linearity	8,017	1	8,017	2,353	,129
		Deviation from Linearity	8,936	7	1,277	,375	,915
	Within Groups		272,598	80	3,407		
Total			289,551	88			

Berdasarkan *output* tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada deviation from linearity kualitas pelayanan dan kepuasan

<sup>42</sup>Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, bk. hlm 36.

pelanggan sebesar  $0,574 > 0,05$  maka dari itu variabel pelayanan tidak mempunyai hubungan yang linear begitu juga dengan harga dan kepuasan pelanggan memiliki deviation from linearity sebesar  $0,915 > 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel pelayanan dan harga tidak memiliki hubungan yang linear.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah data model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	26,447	3,457		7,651	,000		
x1	-,011	,048	-,024	-,221	,826	,958	1,044
x2	-,162	,103	-,171	-1,577	,118	,958	1,044

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan *output* tabel IV.9 di atas terlihat bahwa VIF tingkat pelayanan sebesar  $1,044 < 10,00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Sedangkan nilai VIF harga sebesar  $1,044 < 10,00$  yang menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa nilai kedua variabel independen tidak terjadi gejala multikolinearitas.

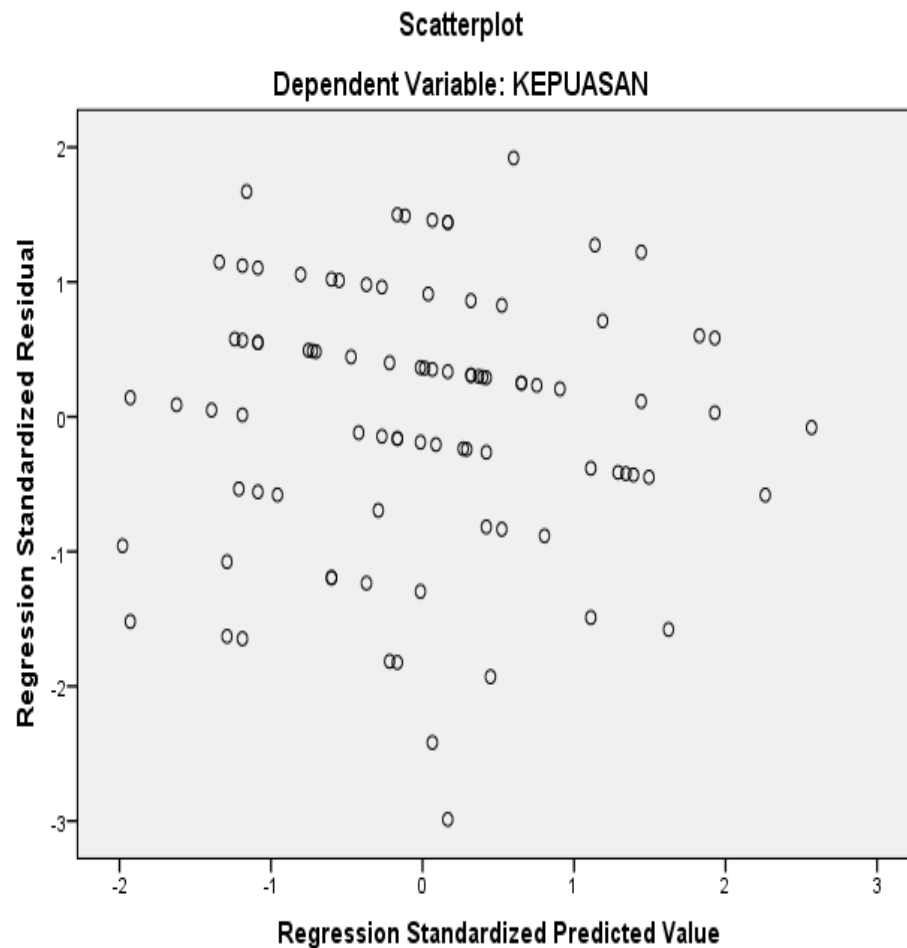
d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>43</sup> Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.

**Gambar IV.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

---

<sup>43</sup>Priyanto, bk. hlm 159.



Dari *output* gambar 4.4 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dari itu dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terikat terhadap satu atau lebih variabel bebas. Analisis



regresi linear berganda akan dilakukan jika jumlah variabel bebas minimal 2 variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan pelanggan

$A$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = Koefisien untuk variabel harga

$e$  = *error*

$X_1$  = kualitas pelayanan

$X_2$  = harga

**Tabel IV.10**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26,447	3,457		7,651	,000

x1	-,011	,048	-,024	-,221	,826
x2	-,162	,103	-,171	-1,577	,118

Dari tabel 4.10 di atas dapat di bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$\text{kepuasan} = 26,447 + (-0,011) + (-0,162)e$$

Artinya setiap kenaikan pelayanan sebesar 1 satuan akan menurun kepuasan sebesar -0,011 dengan catatan variabel harga nilainya tetap. Sedangkan kenaikan harga sebesar 1 satuan akan menurunkan kepuasan sebesar -0,162 dengan catatan variabel kepuasan nilainya tetap.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>44</sup> Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Pada bagian *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard Error Estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung.

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26,447	3,457		7,651	,000

<sup>44</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), bk. hlm 4.

x1	-,011	,048	-,024	-,221	,826
x2	-,162	,103	-,171	-1,577	,118

Berdasarkan tabel IV.11 *output* di atas kita dapat melihat dimana signifikansi variabel tingkat pelayanan = 0,826 > 0,05 artinya  $H_0$  diterima.

Yaitu tidak terdapat pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan, demikian juga signifikansi variabel harga = 0,118 > 0,05 artinya  $H_0$  diterima yaitu tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan.

Selain melihat dari nilai signifikansi akan tetapi juga bisa dilihat dari  $t_{hitung}$  yang mana tingkat pelayanan memperoleh  $t_{hitung} = 0,221 < 1,663 t_{tabel}$ , dan harga memperoleh  $t_{hitung} = 1,577 < 1,663 t_{tabel}$ , artinya kedua variabel tersebut tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji f

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari

harga, citra merek, dan kualitas produk untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji F**

**Ha**  
**sil**  
**U**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	8,176	2	4,088	1,249	,292 <sup>b</sup>
Residual	281,375	86	3,272		
Total	289,551	88			

ari

a. Dependent Variable: y

tab b. Predictors: (Constant), x2, x1

el IV.12 di atas menunjukkan terlihat nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $= 1,249 < 2,71$   
 $f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh secara positif  
tingkat pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara  
simultan.

Selain melihat dari nilai  $f_{hitung}$  akan tetapi bisa dilihat dari nilai  
signifikansi yang dimana diperoleh nilai signifikansi  $0,292 > 0,05$  yang  
mana kedua variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap  
variabel terikat.

#### **D. Hasil Analisis Data Penelitian**

Penelitian ini berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap  
kepuasan pelanggan pada PT. POS Indonesia KCP Panyabungan” pelayanan  
mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain“. Sebagai  
jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*)

atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berfikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut.

Sedangkan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden 89 orang, berdasarkan uji validitas X1 (pelayanan) 15 pernyataan yang dinyatakan ada 3 yang tidak valid, dan X2 (Harga) 6 pernyataan yang dinyatakan valid, sedangkan Y (Kepuasan) 6 pernyataan yang dinyatakan valid, dan uji reliabilitas pelayanan (X1) dengan nilai *cronbach alpha*  $0,857 > 0,6$  yang berarti dinyatakan reliabel, dan reliabilitas harga (X2) dengan nilai *cronbach alpha*  $0,668 > 0,6$  yang dinyatakan reliabel, sedangkan kepuasan (Y) dengan nilai *cronbach alpha*  $0,658 > 0,6$  yang dinyatakan reliabel.

Uji normalitas yang dilakukan melalui uji *kolmogrov simirnov* dinyatakan normal melalui nilai *absolute* pelayanan sebesar  $0,101 > 0,05$ , dan nilai *absolute* harga sebesar  $0,121 > 0,05$ , sedangkan nilai *absolute* kepuasan

0,173 > 0,05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sedangkan melalui uji linearitas pelayanan dan kepuasan sebesar

0,574 > 0,05, harga dan kepuasan pelanggan sebesar 0,915 > 0.05 disimpulkan bahwa variabel pelayanan dan harga tidak memiliki hubungan yang linear terhadap kepuasan pelanggan.

Uji multikolinearitas nilai VIF tingkat pelayanan sebesar 1,044 < 10,00. Sedangkan nilai nilai VIF harga sebesar 1,044 < 10,00 yang menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa nilai kedua variabel independen tidak terjadi gejala multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas berdasarkan *scatterplot* titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y (kinerja) artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, dan dilihat dari  $t_{hitung}$  yang mana tingkat pelayanan memperoleh  $t_{hitung} = 0,221 < 1,663 t_{tabel}$ , dan harga memperoleh  $t_{hitung} = 1,577 < 1,663 t_{tabel}$ , artinya kedua variabel tersebut tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan uji f di peroleh  $f_{hitung}$  sebesar  $1,249 < 2,71 f_{tabel}$  artinya pelayanan dan harga tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia KCP Panyabungan.

Berdasarkan hasil regresi berganda  $kepuasan = 26,447 + pelayanan (0,011) + harga (0,162)$ , yang artinya berdasarkan uji t dan uji f dapat diinterpretasikan secara parsial dan secara simultan bahwa variabel pelayanan dan harga menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap variabel terikat (kepuasan), dan setiap kenaikan motivasi sebesar 1 satuan akan menurunkan kepuasan sebesar 0,011 dengan catatan variabel kepuasan nilainya tetap.

Sedangkan kenaikan harga sebesar 1 satuan akan menurunkan kepuasan sebesar 0,162 dengan catatan variabel kepuasan nilainya tetap.

Penelitian ini menunjukkan kecenderungan yang tidak sama antara pelayanan dan harga yang memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS KCP. Panyabungan, sehingga untuk memperoleh kepuasan pelanggan, maka PT. POS Indonesia KCP.Panyabungan harus meningkatkan pelayanan dan menurunkan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT. POS KCP.Panyabungan.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun dengan sedemikian rupa, agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin, namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi penelitian lebih lanjut
3. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang dilakukan tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Indonesia KCP Panyabungan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan hasil  $t_{hitung} = 0,221 < 1,663 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $= 1,577 > 0.05$ .
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan hasil  $t_{hitung} = 1,577 < 1,663 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $= 0,118 > 0.05$ .
3. Pelayanan dan harga berpengaruh negatif secara simultan terhadap kepuasan hal tersebut dibuktikan dengan uji f dengan hasil  $f_{hitung} 1,249 < 2,71 f_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $= 0,292 > 0,05$ .

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan ada beberapa saran yang diberikan peneliti antara lain

1. PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan harus melakukan pelayanan untuk pelanggan dengan baik.
2. PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan harus memperhatikan harga pasar untuk para pelanggan.
3. PT. POS Indonesia KCP. Panyabungan harus bersifat adil dalam pelayanan terhadap semua pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan subjek penelitian dan perbedaan penelitian, sehingga menambah wawasan dalam penelitian tentang PT. POS Indonesia, serta diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih baik dari pada peneliti sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Cholid Narbuko dan Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Alsa, Asmadi. *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Anggoro, Toha. *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Bungin, M. Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Chadra, Fandy Tjiptono dan Gregorius. *Servis, Qualiti Dan Satisfiction Eidisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Diana, Fandy Tjiptono dan Anastasya. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta, 2003.
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, ( Baandung: PT. SyaamilCipta Media, 2005
- Hosang, Natasja. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien.” (*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*), n.d.  
<https://.posindonesia.co.id/id/content/13> 22 desember 2019 22:51  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Pos\\_Indonesia#](https://id.wikipedia.org/wiki/Pos_Indonesia#) 19 desember 2019 17:06  
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/pengamatan.> (25 febuari 2020; 20:15)
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, n.d.
- Kusrini, Setiawan & Dwi Endank. *Ekonometrika*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Kusrini, Setiawan dan Dwi Endah. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Masyuri, Nur Asnawi dan. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Perss, 2011.
- Maulana, Ade Syarif. “PeNgaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI.” (*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*), 2016.

- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nasution, M.N. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Priyanto, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Rahayu, Sri. "Pengaruh Persepsi Harga Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Ibnu Sina." *Jurnal Universitas Islam Negeri Alahuddin Makassar* 1 (n.d.).
- Saefullah, Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana Ed1, 2005.
- Selang, Christian A.D. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado." *Jurnal EMBA, No 3 ISSN 2303-1174 I* (2013).

## Lampiran 1

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Nama : Andriansyah  
Nim : 1440200139  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Tempat/Tanggal Lahir : Rantau Prapat/ 09, Mei, 1996  
Alamat : Langga Payung Kec. Sungai kanan Kab.  
Labuhan Batu

Selatan Provinsi Sumatra Utara

II. Nama Orang Tua  
Ayah : H. Syahrial  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Ibu : Hj. Raminah  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Langga Payung Kec. Sungai kanan Kab,  
Labuhan Batu

Selatan Provinsi Sumatra Utara

#### Pendidikan

1. SD Negeri 114363 Labuhan, Tahun Tammat 2008.
2. Mts Swasta PONPES Darul Falah, Tahun Tammat 2011.
3. MAS PONPES Darul Falah, Tahun Tammat, 2014
4. Tahun 2014 Melanjutkan S1 di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)



## A. IDENTIVIKASI RESPONDEN

Kami memohon kesedian Bapak/Ibu saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik – titik dan member tanda countreng pada kotak yang tersedia.

Nama :

JenisKelamin :

Alamat :

Jabatan :

## B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda  
Countreng pada alternative yang tersedia pada kolom jawaban .
3. Mohon berikan jawaban secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pilih salah satu jawaban:

Sangat setuju ( SS )	Setuju ( S )	Netral ( N )	Tidak Setuju ( TS )	SangatTidakSetuju ( STS )
5	4	3	2	1

A. Butir Angket Penelitian

Angket Kualitas Pelayanan ( X<sub>1</sub> )

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Memberikan pelayanan sesuai janji					
2	Memberikan pelayanan tepat waktu					
3	Memberikan informasi kepada pelanggan					
4	Memberikan pelayanan yang tepat					
5	Keinginan dan kerelaan untuk membantu/menolong pelanggan					
6	Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan					
7	Perilaku karyawan yang membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan					
8	Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan					
9	Karyawan memahami keperluan yang khusus dari pelanggan					
10	Karyawan memberi kesempatan bertanya bagi pelanggan					
11	Karyawan kantor pos panyabungan memberi perhatian penuh pada saat melakukan transaksi dengan pelanggan					
12	Karyawan kantor pos panyabungan berpenampilan menarik					
13	Tersedianya tempat parkir					
14	Kondisi gedung yang baik dan fasilitas yang lengkap dikantor pos kcp panyabungan					
15	Keadaan kantor pos yang bersih dan nyaman					



### B. Butir Angket Penelitian

#### Angket Harga ( X<sub>2</sub> )

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga pengiriman sesuai dengan waktu yang di inginkan					
2	Tarif pengiriman terjangkau oleh pelanggan					
3	Memberikan garansi/jaminan yang sebanding apabila barang anda rusak/hilang					
4	Harga jasa pos indonesia kompetitif dengan harga jasa perusahaan ekspedisi yang lain					
5	Perhitungan tarif paket oleh karyawan dilakukan dengan cepat					
6	Harga jasa ekspedisi pos indonesia sesuai dengan kualitas yang diharapkan					

Padangsidempuan, Nopember 2019

( \_\_\_\_\_ )

### C. Butir Angket Penelitian

#### Angket Kepuasan Pelanggan ( Y )

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Puaskah bapak/ibu terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan					
2	Puaskah bapak/ibu terhadap jawaban yang diberikan karyawan					
3	Bagaimanakah keramahan dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan					
4	Bagaimanakah kenyamanan yang diberikan kantor pos dalam melayani pelanggan					
5	Bagaimanakah kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan					
6	Puaskah bapak/ibu ketepatan waktu dalam memberikan informasi yang diberikan pihak kantor pos					

Padangsidempuan, Nopember 2019

( \_\_\_\_\_ )

Lampiran 3  
DATA RESPONDEN

No	Nama	Jenis kelamin	Alamat	Pekerjaan
1	Zulfahmi Lubis	Laki-laki	Panyabungan II	Wiraswasta
2	Iwan	Laki-laki	Aek galoga	Wiraswasta
3	Ali Anas Nasution	Laki-laki	Mompang julu	Guru
4	Mara Husni	Laki-laki	Pasar Baru	Wiraswasta
5	Borkat	Laki-laki	Panyabungan II	Pegawai bumh
6	Rahmat siregar	Laki-laki	Gunung tua	PNS
7	Jhonri harahap	Laki-laki	Gunung tua	Dokter
8	Sawal	Laki-laki	Mompang julu	PNS
9	Dian	Perempuan	Mompang julu	Pegawai swasta
10	Rodiah	Perempuan	Kayu jati	PNS
11	auji	Laki-laki	Mompang jae	Wiraswasta
12	Ambang daulay	Laki-laki	Pasar Baru	Guru
13	Samsul arif lubis	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
14	Devi asnita	Perempuan	Mompang julu	Mahasiswa
15	Ernita lubis	Perempuan	Mompang julu	Mahasiswa
16	Eli nasution	Perempuan	Gunung tua	Wiraswasta
17	Solehuddin siregar	Laki-laki	Sigalapang	Petani
18	Iskandar muda nst	Laki-laki	Pagaran tonga	Petani
19	Zul hamdi nasution	Laki-laki	Panyabungan I	Wiraswasta
20	Safrianto tambunan	Laki-laki	Panyabungan I	Guru
21	Novita Aulia Riski	Laki-laki	Lumban pasir	Mahasiswa
22	Sofiah Hafni	Perempuan	Mompang julu	Guru
23	Riska fadilah lubis	Perempuan	Kayu jati	Mahasiswa
24	Linda khairani lubis	Perempuan	Sigalapang	Mahasiswa
25	Faisal amir lubis	Laki-laki	Kayu jati	Mahasiswa
26	Hendri gunawan	Laki-laki	Dalan lidang	Petani
27	Ismail siregar	Laki-laki	Mompang julu	Wiraswasta
28	Dedi iskandar	Laki-laki	Gunung tua	Guru
29	Leli syahrani	Perempuan	Mompang jae	Petani
30	Guntur bumi	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
31	Mara Husni Nasution	Laki-laki	Mompang jae	Petani
32	Siska putri lubis	Perempuan	Kayu jati	Mahasiswa
33	Kusuma wati	Perempuan	Panyabungan	Petani
34	Sandri dewi	Perempuan	Panyabungan II	Wiraswasta
35	Ikmal sugandi	Laki-laki	Kayu jati	Petani
36	Fania	Perempuan	Panyabungan I	Guru
37	Irwanto	Laki-laki	Gunung tua	Petani
38	Idris pulungan	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
39	Novita Anjani	Perempuan	Mompang jae	Mahasiswa

40	Siti hamijah	Perempuan	Pasar Baru	Petani
41	Nur liana	Perempuan	Sigalapang	PNS
42	Julpan lubis	Laki-laki	Kayu jati	PNS
43	Nilwan anas	Laki-laki	Kayu jati	Wiraswasta
44	M. Yusuf	Laki-laki	Huta lombang	Guru
45	Herianto	Laki-laki	Pagaran tonga	PNS
46	Zulfahri parinduri	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
47	M.ghani	Laki-laki	Pidoli	PNS
48	Zakaria	Laki-laki	Panyabungan I	Petani
49	Iswanto	Laki-laki	Panyabungan I	Petani
50	Nur hasnah	Perempuan	Panyabungan II	Wiraswasta
51	Susi aryani	Perempuan	Pidoli	Mahasiswi
52	Khairul husni	Laki-laki	Pidoli	Mahasiswa
53	Muhammad idris	Laki-laki	Sigalapang	Mahasiswa
54	Raudah nasution	Perempuan	Kayu jati	Guru
55	Rahmat syahputra	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
56	Jefri	Laki-laki	Gunung tua	Pegawai swasta
57	Mora	Laki-laki	Kayu jati	Wiraswasta
58	Ilham yunus	Laki-laki	Sigalapang	Petani
59	Maratua	Laki-laki	Sigalapang	Wiraswasta
60	Iman suhadi harahap	Laki-laki	Mompang julu	PNS
61	Dahlan	Laki-laki	Kayu jati	Wiraswasta
62	Rudianto	Laki-laki	Aek galoga	Guru
63	Edi sujani	Laki-laki	Huta lombang	Petani
64	Ilham siregar	Laki-laki	Dalan lidang	Wiraswasta
65	Hasir siregar	Laki-laki	Pidoli	PNS
66	Neni	Perempuan	Gunung tua	Wiraswasta
67	Suci fitriah lubis	Perempuan	Dalan lidang	Wiraswasta
68	Khoiriah hasibuan	Perempuan	Dalan lidang	Wiraswasta
69	Gusti gunawan	Laki-laki	Kayu jati	Petani
70	Mirhanuddin	Laki-laki	Sigalapang	Petani
71	Angga harahap	Laki-laki	Aek galoga	Pegawai swasta
72	Indah pratiwi	Perempuan	Gunung tua	Mahasiswi
73	Rika Syahfitri	Perempuan	Kayu jati	Wiraswasta
74	Indrawan harahap	Laki-laki	Mompang jae	PNS
75	Hj. Raminah	Perempuan	Aek galoga	Wiraswasta
76	Siti marni lubis	Perempuan	Pasar Baru	Wiraswasta
77	Rina siregar	Perempuan	Gunung tua	PNS
78	Dedi herianto	Laki-laki	Mompang julu	Mahasiswa
79	Nur asmina lubis	Perempuan	Kayu jati	Mahasiswi
80	Matondang	Laki-laki	Aek galoga	Wiraswasta
81	Puspa sari nasution	Perempuan	Pidoli	Pegawai swasta

82	Febriani lubis	Perempuan	Sigalapang	Petani
83	Nisa lubis	Perempuan	Mompang jae	Mahasiswa
84	Sriwahyuni	Perempuan	Kayu jati	Petani
85	Muhammad rozi	Laki-laki	Aek galoga	Wiraswasta
86	Arfani	Laki-laki	Dalan lidang	Petani
87	Desi wahyuni	Perempuan	Sigalapang	Mahasiswa
88	Indriani parinduri	Perempuan	Mompang jae	PNS
89	Darwin siregar	Laki-laki	Huta baringin	Wiraswasta

Lampiran 4  
KUALITAS PELAYANAN

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL
1	3	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	61
2	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	64
3	3	4	3	3	4	5	4	3	2	5	3	4	4	3	3	53
4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	5	66
5	4	5	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	59
6	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	5	4	2	4	5	60
7	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	59
8	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	64
9	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	3	4	61
10	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	53
11	5	5	5	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	54
12	5	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	54
13	4	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	54
14	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	57
15	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	56
16	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4	59
17	5	5	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	55
18	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	55
19	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	57
20	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	58
21	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	52
22	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	2	4	58
23	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	55
24	5	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	54
25	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	58
26	3	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
27	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	57
28	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	55
29	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	56
30	5	4	5	5	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	56
31	5	5	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	56
32	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	57
33	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	55
34	5	5	5	5	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	55
35	4	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	54

36	5	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	56
37	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
38	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	56
39	3	5	4	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	54
40	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	55
41	3	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	53
42	3	4	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	60
43	4	5	3	5	3	5	4	4	4	5	3	4	3	4	3	59
44	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	55
45	4	5	4	5	3	3	3	4	2	5	3	4	3	3	3	54
46	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	52
47	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	52
48	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	52
49	5	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	52
50	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	52
51	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	55
52	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	3	54
53	4	5	5	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	54
54	5	5	4	5	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	52
55	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	52
56	5	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	51
57	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	52
58	4	4	4	4	2	3	3	4	4	5	5	3	3	4	4	56
59	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	60
60	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	68
61	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	65
62	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	58
63	3	5	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	61
64	4	4	4	3	4	4	4	4	5	2	3	5	3	3	4	56
65	4	5	4	4	3	5	3	5	4	3	3	4	5	3	3	58
66	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	5	4	4	4	61
67	4	5	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	3	50
68	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	58
69	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	60
70	4	3	5	5	3	3	2	2	2	2	2	3	4	2	4	46
71	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	2	3	61
72	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	57
73	5	4	5	5	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	51
74	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	59

75	4	4	5	5	5	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	54
76	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	62
77	5	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	59
78	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	65
79	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	51
80	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	2	3	4	4	57
81	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
82	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	4	57
83	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	56
84	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	55
85	4	4	5	4	3	4	2	3	4	5	3	3	3	4	5	56
86	5	4	5	3	2	3	5	4	5	4	5	4	3	3	5	60
87	5	4	5	4	5	3	3	3	4	5	4	3	4	3	5	60
88	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	3	4	62
89	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	56



Lampiran 5  
DATA HARGA

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL:
1	4	3	4	3	4	4	22
2	4	4	4	2	3	4	21
3	4	5	4	2	4	5	24
4	4	4	4	3	4	4	23
5	4	5	4	4	4	5	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	3	3	3	5	22
10	4	4	4	3	5	4	24
11	4	3	3	3	3	4	20
12	4	3	3	3	4	5	22
13	4	3	4	3	4	4	22
14	4	4	3	3	3	4	21
15	4	4	4	3	4	4	23
16	4	5	3	3	3	5	23
17	4	4	3	4	4	4	23
18	4	4	3	4	4	4	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	4	3	5	25
21	4	3	5	4	5	5	26
22	4	4	5	4	4	5	26
23	4	4	4	3	5	5	25
24	4	5	3	4	4	5	25
25	4	5	4	4	4	5	26
26	4	5	4	3	3	5	24
27	4	4	3	4	4	4	23
28	4	4	4	3	3	4	22
29	4	3	5	4	4	5	25
30	4	4	2	4	5	4	23
31	4	4	3	4	5	5	25
32	4	4	5	4	4	4	25
33	4	3	3	4	3	4	21
34	3	3	3	3	4	4	20
35	3	3	3	2	3	4	18

36	3	3	4	2	3	4	19
37	3	3	3	4	3	4	20
38	4	5	3	3	3	4	22
39	3	5	4	3	3	4	22
40	3	4	4	4	4	4	23
41	4	4	4	3	5	4	24
42	4	4	4	2	3	3	20
43	4	4	5	3	4	3	23
44	4	3	5	4	3	5	24
45	4	3	5	5	3	5	25
46	4	3	4	5	4	5	25
47	4	5	4	4	4	4	25
48	4	4	4	4	4	5	25
49	3	4	3	4	5	4	23
50	4	4	4	4	4	5	25
51	3	4	5	3	4	4	23
52	4	4	5	3	4	5	25
53	3	4	5	4	4	5	25
54	4	3	5	3	4	4	23
55	3	3	5	3	4	4	22
56	4	3	5	3	4	4	23
57	3	4	5	3	4	4	23
58	4	5	4	2	4	5	24
59	3	5	3	2	4	4	21
60	4	5	3	2	4	4	22
61	4	4	3	5	3	5	24
62	3	4	3	2	3	4	19
63	4	3	3	3	4	4	21
64	3	3	3	2	4	4	19
65	4	3	3	2	4	4	20
66	3	4	3	3	5	4	22
67	4	4	4	3	4	4	23
68	3	4	4	4	3	3	21
69	4	4	3	3	5	4	23
70	3	3	4	4	5	4	23
71	4	4	4	3	4	4	23
72	3	4	4	4	4	4	23
73	3	4	4	3	3	4	21
74	3	4	4	4	3	4	22

75	3	4	4	3	4	5	23
76	3	4	4	3	3	5	22
77	3	4	4	4	4	3	22
78	3	5	3	3	3	4	21
79	3	4	2	3	4	5	21
80	4	2	4	3	3	4	20
81	4	4	4	3	3	4	22
82	3	4	4	3	4	4	22
83	4	3	4	3	4	4	22
84	3	3	3	3	4	4	20
85	4	4	4	2	3	3	20
86	3	3	4	2	3	3	18
87	4	3	3	3	3	5	21
88	3	3	3	3	3	4	19
89	3	3	4	3	4	5	22

Lampiran 6  
DATA KEPUASAN PELANGGAN

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL:
1	4	4	4	4	4	5	25
2	3	3	3	3	3	4	19
3	3	2	4	4	3	4	20
4	4	3	4	5	3	4	23
5	3	2	3	4	3	5	20
6	3	2	4	4	4	4	21
7	2	2	3	3	4	3	17
8	4	4	3	4	5	5	25
9	3	2	4	3	3	3	18
10	4	3	4	2	3	4	20
11	3	3	4	3	4	5	22
12	4	3	5	4	4	3	23
13	3	3	4	4	4	4	22
14	2	2	3	4	5	5	21
15	3	4	3	2	3	4	19
16	4	2	4	3	4	3	20
17	3	2	3	3	4	4	19
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	3	4	4	5	4	24
20	4	4	3	3	4	4	22
21	3	3	5	3	4	4	22
22	4	2	3	3	4	3	19
23	3	3	4	4	5	4	23
24	4	2	3	4	3	3	19
25	4	3	3	3	4	5	22
26	4	3	4	4	5	4	24
27	4	3	5	3	4	3	22
28	4	3	5	4	4	3	23
29	3	2	4	3	4	4	20
30	3	3	4	4	4	5	23
31	3	2	3	4	4	3	19
32	3	4	4	4	4	5	24
33	4	3	4	4	4	4	23
34	4	2	4	5	4	4	23
35	5	3	3	4	4	4	23

36	5	2	4	4	4	4	23
37	4	3	5	5	4	4	25
38	3	4	4	5	4	4	24
39	3	3	3	5	4	3	21
40	4	2	4	4	5	3	22
41	4	3	4	4	5	4	24
42	4	3	3	4	5	5	24
43	4	2	3	5	5	5	24
44	3	3	4	4	4	5	23
45	3	4	3	5	5	4	24
46	4	4	4	4	4	3	23
47	4	3	4	3	5	4	23
48	3	2	3	4	4	5	21
49	4	2	3	4	5	5	23
50	4	3	5	4	4	4	24
51	4	3	3	4	4	4	22
52	4	3	3	5	4	4	23
53	3	2	4	4	5	4	22
54	3	1	4	4	5	3	20
55	4	2	3	3	5	4	21
56	4	2	4	4	5	5	24
57	3	3	3	5	4	4	22
58	3	3	4	5	5	3	23
59	3	4	4	5	3	4	23
60	4	3	3	5	3	3	21
61	3	4	4	4	3	3	21
62	4	3	4	4	5	4	24
63	3	4	5	4	5	5	26
64	4	3	4	4	4	5	24
65	3	4	4	3	3	5	22
66	4	3	5	3	3	5	23
67	3	4	4	3	4	4	22
68	4	3	5	3	3	5	23
69	4	4	4	3	3	4	22
70	3	3	5	3	3	5	22
71	3	4	4	4	4	4	23
72	3	3	5	4	4	5	24
73	3	4	4	3	4	4	22
74	4	3	5	4	4	5	25

75	4	4	5	4	4	4	25
76	3	2	5	4	4	5	23
77	3	3	5	4	4	4	23
78	4	3	4	3	4	5	23
79	4	2	3	3	5	3	20
80	3	3	4	3	5	4	22
81	4	4	3	4	5	5	25
82	3	3	3	5	4	4	22
83	3	2	4	5	4	5	23
84	4	3	5	5	4	4	25
85	3	4	3	3	4	5	22
86	4	3	4	3	4	4	22
87	4	3	4	4	4	4	23
88	4	2	3	3	4	4	20
89	4	2	4	4	4	5	23



**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 : 3930/In.14/G.1/TL.00/12/2019  
 Hal : **Mohon Izin Riset**

6 Desember 2019

Yth; PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan.

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

Nama	: Andriansyah
NIM	: 1440200139
Semester	: XI (Sebelas)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan ".

Sehubungan dengan itu, atas 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.

a.n Dekan,  
 Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



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

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

Nomor : 2467/In.14/G.1/PP.00.9/12/2018  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

5 Desember 2018

Yth. Bapak;

1. Darwis Harahap : Pembimbing I
2. Damri Batubara : Pembimbing II

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

Nama : Andriansyah  
NIM : 1440200139  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Panyabungan.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.





PT POS INDONESIA (PERSERO)  
KANTOR POS PADANGSIDIMPUAN 22700  
Jl. Merdeka No. 05  
Padangsidimpuan 22719  
Telp (0634)21009, Fax (0634) 24002

Nomor : 1997/sdm-2/1219  
Lampiran : -  
Perihal : Pelaksanaan Riset Skripsi  
di Kpc Panyabungan 22919

Padangsidimpuan, 14 Desember 2019  
Kepada: Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Menunjukan Surat saudara No 3938/ln.14/G.1/TL.00/12/2019 tanggal 06 Desember 2019 perihal tersebut diatas, kami sampaikan bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Andriansyah  
Nim : 1440200139  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melaksanakan Riset guna penyusunan Skripsi di Kantorpos Cabang Panyabungan 22919 tanggal 07 Desember 2019 s.d 14 Desember 2019 dengan hasil Baik

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



An. Kepala Kantor  
Manjer Dukungan Umum

Naomi Eirene  
Nippos 991419029

## Lampiran 7

## DOKUMENTASI

Gambar 1



Gambar 2



Keterangan :

Gambar 1, wawancara dengan pimpinan cabang PT. POS Indonesia KCP Panyabungan (Meirul Sadli)

Gambar 2, wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang di kantor PT. POS

Gambar 3



Gambar 4



Keterangan:

Gambar 3, wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang di kantor PT. POS  
Gambar 4, wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang di kantor PT. POS

Gambar 5



Gambar 6



Keterangan :

Gambar 5, wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang di kantor PT. POS  
Gambar 6, wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang di kantor PT. POS

