



**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA
KANTOR POS**

SKRIPSI

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

Oleh

**MARWAZI ADLANI
NIM. 16 402 00119**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA
KANTOR POS**

SKRIPSI

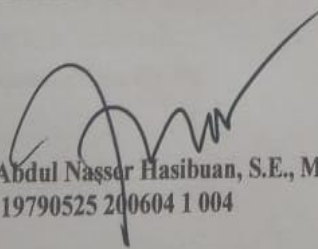
*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen*

Oleh


**MARWAZI ADLANI
NIM. 16 402 00119**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


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

PEMBIMBING II


**Nurul Izzah, S.E., M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003**

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

2021



**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) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. MARWAZI ADLANI
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 27 April 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

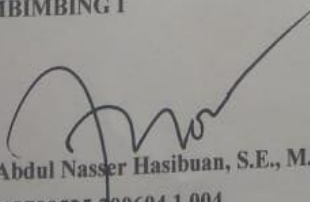
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. MARWAZI ADLANI yang berjudul "Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I


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

PEMBIMBING II


Nurul Izzah, S.E., M.Si
NIP: 19900122 201801 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

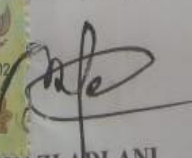
Nama : Marwazi Adlani
NIM : 16 402 00119
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos .
(Studi Kasus Pada Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi Kabupaten Mandailing Natal)**

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 IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidimpuan, 11 April 2021
Saya yang Menyatakan,




MARWAZI ADLANI
NIM. 16 402 00119

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

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

Nama : MARWAZI ADLANI
NIM : 16 402 00119
Prodi : 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 Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos.**

(Studi Kasus Pada Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi Kabupaten Mandailing Natal)".

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 11 April 2021

Saya menyatakan,



MARWAZI ADLANI
NIM. 16 402 00119



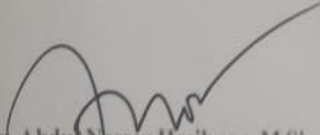
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

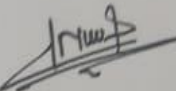
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : MARWAZI ADLANI
NIM : 16 402 00119
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Managemen Bisnis -3
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap
Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor
Pos

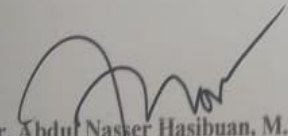
Ketua

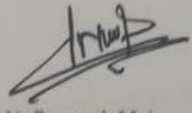

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

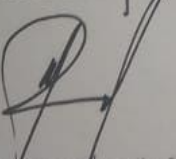
Sekretaris

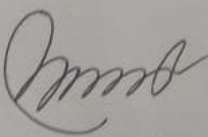

Nofinawati, M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota


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


Nofinawati, M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003


Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870413 201903 2 011


Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 04 Mei 2021
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,61
Predikat : CUMLAUDE



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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA KANTOR POS**

**NAMA : MARWAZI ADLANI
NIM : 16 402 00119**

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

Padangsidimpuan, 1 Juli 2021

Dekan



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

ABSTRAK

Nama : Marwazi Adlani
Nim : 16 402 001 19
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos

Jasa pengiriman saat ini sangat diperlukan oleh berbagai pihak baik perorangan maupun organisasi. Kantor Pos merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan produk seperti, perangko, materai, pos ekspor, paket pos biasa, paket pos kilat, logistik, kargo, wesel pos, giro pos dan masih banyak lagi. Di Kantor Pos yang berada di kecamatan Muarasipongi masih sedikit masyarakat yang menggunakan jasa kantor Pos, hal ini disebabkan promosi dan pelayanan dari kantor Pos yang kurang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan Muarasipongi.

Pengambilan keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Promosi merupakan suatu tindakan yang bertujuan untuk membujuk, mendesak, dan meyakinkan orang lain terhadap produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian dan minat calon pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Dan pelayanan merupakan kegiatan dalam bentuk jasa yang diberikan kelompok atau perseorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berbentuk dan tidak dapat dimiliki. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori keputusan, promosi dan pelayanan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi berganda. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan sampel 25 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah rumus Isac Michale. Pengolahan data dilakukan spss 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dilihat dari uji (R square). Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos. Dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos. Di lihat dengan uji F promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

Kata Kunci Keputusan, Pelayanan, Promosi

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti 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 Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos. (Studi Kasus Pada Kantor Pos Kecamatan Muarasipingi Kabupaten Mandailing Natal)”**. 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, peneliti 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 Padangsidempuan 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, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., 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. Delima Sari Lubis, M. A. selaku Ketua Program Studi Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah , M.Si. selaku Sekretaris Program Studi ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Pembimbing I Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si dan Ibuk Nurul Izzah, M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. 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.
6. Terima kasih kepada seluruh karyawan/pegawai kantor Pos kecamatan Muarasipongi yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat meneliti di kantor Pos kecamatan Muarasipongi sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah.
7. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda saya Ibrahim dan Ibunda saya Asriati beserta abang saya Ikhsan Habibi, Muhammad Hasbi dan kakak saya Riska, yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Untuk sahabat peneliti yang berada dalam lingkungan kontrakan kupu-kupu Padang Matinggi rumah nomor 1 yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk

menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Manajemen Bisnis 3, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpun, yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

9. Terima kasih kepada rekan peneliti, keluarga besar MB 3, yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebajikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

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.

Padangsidimpun, Juni 2021
Peneliti

MARWAZI ADLANI
NIM. 16 402 00119

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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 translitasinya 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 dan ye |
| 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 | ‘. | komaterbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |

| | | | |
|---|--------|---------|----------|
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | .. ' .. | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| — / | <i>Fathah</i> | A | A |
| — / | <i>Kasrah</i> | I | I |
| — ˘ | <i>Dommah</i> | U | U |

b. Vokal Rangkap

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

| TandadanHuruf | Nama | Gabungan | Nama |
|---------------|-----------------------|----------|---------|
|ي | <i>fathah dan ya</i> | Ai | a dan i |
| و..... | <i>fathah dan wau</i> | Au | a dan u |

c. Maddah

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

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|
| ا.....!.....ى | <i>fathah dan alifatauya</i> | ā | a dan garis atas |
| ى.....ى | <i>Kasrah danya</i> | ī | i dan garis di bawah |
| و.....و | <i>ḍommah dan wau</i> | ū | u dan garis di atas |

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

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

b. Ta marbutah mati

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

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

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam 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.

5. Kata Sandang

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

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

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

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

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI | |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | v |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah..... | 5 |
| D. Rumusan Masalah | 5 |
| E. Definisi Operasional Variabel..... | 7 |
| F. Tujuan Penelitian | 7 |
| G. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| H. Sistematikan Pembahasan | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Kerangka Teori | 10 |
| 1. keputusan | 10 |
| a. Pengertian Keputusan..... | 10 |
| b. Pembagian Pengambilan Keputusan | 11 |
| 2. promosi..... | 15 |
| a. Pengertian Promosi | 15 |
| b. Tujuan Promosi | 15 |
| c. Target Promosi | 15 |
| d. Macam-Macam Sarana Promosi | 16 |
| 3. pelayanan..... | 19 |
| a. Pengertian Pelayanan | 19 |
| b. Dimensi Pelayanan..... | 20 |
| c. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik | 21 |
| B. Penelitian Terdahulu | 23 |
| C. Kerangka Pikir | 25 |
| D. Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 28 |
| B. Jenis Penelitian | 28 |
| C. Populasi dan Sampel | 28 |
| 1. Populasi | 28 |
| 2. Sampel..... | 29 |
| D. Sumber Data | 30 |
| 1. Data Primer | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Data Sekunder | 30 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 1. Observasi..... | 31 |
| 2. Wawancara..... | 31 |
| 3. Kuisioner | 32 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 33 |
| 1. Uji Instrumen | 33 |
| a. Uji Validitas | 33 |
| b. Uji Realibilitas | 34 |
| 2. Uji Prasyarat Analisis | 34 |
| a. Uji Normalitas | 34 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 35 |
| a. Uji Multikolonieritas..... | 35 |
| b. Uji Heteroskedastisitas | 35 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda | 36 |
| 5. Uji Hipotesis..... | 37 |
| a. Uji Koefisien Determiniasi (Uji R^2)..... | 37 |
| b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)..... | 37 |
| c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)..... | 38 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum PT Pos Indonesia | 39 |
| 1. Sejarah Kantor Pos | 40 |
| 2. Visi dan Misi Kantor Pos | 42 |
| 3. Produk dan Jasa Kantor Pos | 43 |
| B. Karakteristik Responden | 43 |
| C. Teknik Analisis Data | 45 |
| 1. Uji Instrumen | 45 |
| a. Uji Validitas | 45 |
| b. Uji Reabilitas | 47 |
| 2. Uji Prasyarat Analisis | 49 |
| a. Uji Normalitas | 49 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| a. Uji Multikolonieritas..... | 50 |
| b. Uji Heteroskedastisitas..... | 51 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda | 52 |
| 5. Uji Hipotesis..... | 54 |
| a. Uji Koefisiens Determinisasi (R^2)..... | 54 |
| b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) | 55 |
| c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)..... | 57 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 58 |
| E. Keterbatasan Penelitian | 62 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 63 |
| B. Saran..... | 63 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel I.1 | Jumlah Masyarakat Yang Menggunakan Jasa Kantor Pos Di Kecamatan Muarasipongi Kab. Mandailing Natal Tahun 2018-2020 | 3 |
| Tabel I.2 | Defenisi Operasional Variabel..... | 6 |
| Tabel II.1 | Penelitian Terdahulu | 23 |
| Table III.1 | Pengukuran Skala Ordina Pernyataan Positif | 32 |
| Tabel III.2 | Kisi-Kisi Angket | 33 |
| Tabel IV.1 | Data Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 44 |
| Tabel IV.2 | Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 44 |
| Tabel IV.3 | Data Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 45 |
| Tabel IV.4 | Hasil Uji Validitas Promosi (X^1)..... | 46 |
| Tabel IV.5 | Hasil Uji Validitas Pelayanan (X^2) | 46 |
| Tabel IV.6 | Hasil Uji Validitas Keputusan (Y)..... | 47 |
| Tabel IV.7 | Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X^1)..... | 48 |
| Tabel IV.8 | Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X^2) | 48 |
| Tabel IV.9 | Hasil Uji Reabilitas Keputusan (Y) | 48 |
| Tabel IV.10 | Hasil Uji Normalitas | 49 |
| Tabel IV.11 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 50 |
| Tabel IV.12 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 52 |
| Tabel IV.13 | Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... | 53 |
| Tabel IV.14 | Hasil Uji Analisis Koefisiens Determinisasi (R^2)..... | 55 |
| Tabel IV.15 | Hasil Uji Analisis Signifikansi Parsial (Uji t) | 56 |
| Tabel IV.16 | Hasil Uji analisis Signifikansi Simultan (Uji F) | 57 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------|----|
| Gambar II.1 Kerangka Pikir | 26 |
|----------------------------------|----|

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman moderen sekarang ini, jasa pengiriman sangat diperlukan oleh berbagai pihak baik perorangan atau organisasi. Jasa pengiriman barang sekarang telah menjadi kebutuhan penting untuk para pebisnis. Setiap konsumen memerlukan jasa pengiriman produk (barang) secara cepat dan aman agar barang kiriman sampai tepat waktu ketangan konsumen. Dengan adanya kemajuan yang terjadi di semua bidang, jumlah konsumen dibidang jasa semakin meningkat. Dengan adanya gambaran dari apa yang terjadi pada keadaan saat ini, jasa pengiriman sangat dibutuhkan terutama yang berhubungan dengan pengiriman barang atau paket, dan tidak akan tergantikan dengan teknologi secanggih apapun.

Dalam memilih jasa pengiriman tentu bukan hal yang mudah, tentunya harus memerhatikan keamanan dan pelayanan pengiriman jasa tepat waktu. Jangan sampai ada barang yang rusak atau hilang ataupun keterlambatan barang sampai ke tangan konsumen. Karena hal ini membuat konsumen tidak puas atas jasa pengiriman yang diberikan. Supaya konsumen tertarik dalam menggukan jasa pengiriman, maka harus ada pelayanan yang baik agar konsumen memiliki kepuasan tersendiri. Dimensi dari pelayanan terdiri dari *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Jika pelayanan yang diberikan seperti keinginan konsumen, pelayanan dapat dikategorikan bagus dan sesuai ekspestasi. Dan sebaliknya, jika pelayanan

yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan, maka pelayanannya dikategorikan tidak bagus, sehingga kebutuhan konsumen belum terpenuhi. Selain pelayanan yang baik untuk menarik perhatian pelanggan, perusahaan memerlukan promosi yang efektif agar produk atau perusahaan lebih digemari dan diminati oleh masyarakat. Promosi merupakan satu hal penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya.

Promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberitahu kegunaan dan keunggulan sebuah produk dengan tujuan menarik perhatian konsumen untuk membeli dan memakai produk yang ditawarkan. Selain itu promosi adalah suatu kegiatan menyebarkan informasi tentang produk untuk mendorong permintaan terhadap produk yang ditawarkan, dengan cara mempengaruhi dan mengajak konsumen. Sekarang ini semakin banyak berdiri industri-industri baru yang menawarkan serta memasarkan melalui sarana komunikasi, yang salah satunya dilengkapi oleh jasa pengiriman.

Bisnis di bidang jasa pengiriman di dalam negeri dalam beberapa tahun belakangan mengalami kemajuan dan perkembangan cukup cepat. Banyak perusahaan yang bersaing untuk merebut pasar salah satunya yaitu Kantor pos yang berdiri sejak lama. Jasa pengiriman memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di dalam dan luar negeri. Kantor pos merupakan perusahaan dibidang jasa pengiriman barang di Indonesia, kantor pos melayani jasa pengiriman ke seluruh kota, luar kota sampai ke luar negeri. PT. Pos Indonesia menyediakan beberapa jasa pengiriman produk yaitu Prangko,

Materai, Pos ekspor, Paket Pos biasa, kilat, kilat khusus dan ekspres, Logistik, Kargo, Wesel Pos, Giro Pos, dan lain- lain.

Penyedia jasa pengiriman barang memiliki cara atau tehnik dalam menarik perhatian pelanggan. sekarang ini kantor pos juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dengan menyediakan website pos Indonesia yang memiliki 3.700 kantor pos yang tersebar diseluruh indonesia.¹

Keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu promosi dan pelayanan. Pelayanan yang baik akan mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos, dan promosi juga merupakan faktor penting agar masyarakat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh kantor pos.

Berdasarkan pengamatan peneliti di kantor pos menunjukkan bahwasanya masyarakat menggunakan jasa kantor pos mengalami fluktuasi setiap tahunnya, hal ini dibuktikan dari tabel di bawah ini:

Tabel I.1
Jumlah Masyarakat Yang Menggunakan Jasa Kantor Pos Di Kecamatan Muarasipongi Mandailing Natal Tahun 2018-2020

| No | Tahun | Jumlah Pengguna |
|----|-------|-----------------|
| 1 | 2018 | 240 Orang |
| 2 | 2019 | 265 Orang |
| 3 | 2020 | 195 Orang |

Sumber : Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi Mandailing Natal

Berdasarkan tabel diatas pada tahun 2019 kantor pos kecamatan Muarasipongi mengalami peningkatan jumlah pengguna jasa kantor pos, namun kenyataannya pada tahun 2018 dan 2020 mengalami penurunan.

¹ “Pengaruh Kualitas, Promosi, Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J&T Cabang Nganjuk,” *Jurnal Manajemen* 01, no. 02 (2017): hlm. 1-6.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Parlaungan selaku pimpinan kantor pos kecamatan Muarasipongi mengatakan bahwa:

”Masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos semakin sedikit dan mengalami penurunan. Masyarakat menggunakan jasa kantor pos hanya pada waktu tertentu, seperti hari pekan dan pada tanggal muda.”²

Hal tersebut juga didukung dari hasil wawancara dengan Khoirul Nasution selaku pengguna jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi yang mengatakan bahwa:

“Pelayanan di kantor pos kecamatan Muarasipongi kurang memuaskan, karena adanya keterbatasan seperti kendala jaringan yang mengakibatkan penundaan dan keterlambatan transaksi yang dilakukan. Dan Khoirul Nasution juga mengutarakan bahwa tidak mengetahui produk atau jasa apa saja yang dapat diperoleh di kantor pos, sehingga masyarakat jarang untuk menggunakan jasa kantor pos.”³

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Imilda Krisnawati pada tahun 2016 yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian di J&T ekspres cabang nganjuk ”. Dimana variabel kualitas pelayanan (X1), variabel promosi (X2), dan variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi Mei Anggraini pada tahun 2019 yang berjudul “pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan Dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang”. Dimana variabel pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan

² Parlaungan, Wawancara Pimpinan Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi, 15 September 2020, Pasar Muarasipongi.

³ Khoirul Nasution, Wawancara Pengguna Jasa Kantor POS kecamatan Muarasipongi, 19 September 2020, Pasar Muarasipongi.

pengunjung (Y), variabel promosi (X2) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pengunjung (Y), dan dapat disimpulkan variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *“Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Kantor Pos di Kecamatan Muarasipongi”*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos sedikit.
2. Pelayanan kantor pos kurang memuaskan.
3. Promosi kantor pos belum maksimal.

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas penelitian ini peneliti hanya membahas tentang promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa kantor pos. Kantor pos yang dimaksud yaitu Kantor pos yang berada di kecamatan Muarasipongi.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah suatu definisi yang menyatakan secara jelas dan akurat suatu variabel yang bisa diukur. Yaitu sebagai penjelasan kegiatan yang akan diperbuat untuk mengukur variabel.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

| NO | Variabel | Definisi operasional variabel | Indikator | Skala Pengukuran |
|----|----------------|--|---|------------------|
| 1 | Promosi (X1) | Promosi adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. ⁴ | Periklanan Tenaga penjualan Promosi penjualan | Ordinal |
| 2 | Pelayanan (X2) | Pelayanan adalah susunan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh kelompok atau individu yang diberikan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. ⁵ | <i>Tangibles</i> <i>Reability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> | Ordinal |
| 3 | Keputusan (Y) | Pengambilan keputusan adalah pemilihan dari banyaknya alternatif yang ada guna untuk memperoleh hasil yang terbaik. ⁶ | Mengenali kebutuhan Mencari informasi Evaluasi alternatif | Ordinal |
| | | | Keputusan pembelian Perilaku pasca pembelian | |

⁴ M. Mursid, *manajemen pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.211.

⁶ Ali Ramadani Kadarsyah Suryadi, *Sistem pendukung keputusan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 14.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi ?
3. Apakah promosi dan pelayanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi ?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi.
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi.
3. Pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa kantor pos di Kecamatan Muarasipongi.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menjadi sarana untuk mencari ilmu pengetahuan dan juga dapat dijadikan sebagai alat pengaplikasian ilmu yang diperoleh sewaktu kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam strategi untuk mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan jasa kantor pos.

3. Bagi Akademik

Sebagai gambaran informasi tambahan dan pengembangan pengetahuan tentang penggunaan jasa kantor pos.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasannya, peneliti membahas kedalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang berisi tentang hal-hal yang menjadi alasan melatarbelakangi judul penelitian, identifikasi masalah, yang menjelaskan seluruh aspek yang berkaitan dengan masalah dalam objek penelitian, batasan masalah yang membatasi ruang lingkup permasalahan, definisi operasional variabel, selanjutnya rumusan masalah, peneliti merumuskan permasalahan penelitian yang dilakukan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori, yang memuat tentang teori atau konsep yang dapat mendukung masalah yang dikaji, teori yang digunakan sebagai landasan penelitian yakni membahas tentang promosi, pelayanan, keputusan masyarakat, penelitian terdahulu, kerangka pikir serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan kerangka teori.

BAB III Metode Penelitian, yang menjelaskan beberapa hal yang berkaitan dengan teknik-teknik pengolahan data, termasuk penjelasan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang membahas tentang hasil penelitian atas pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hasil dari penelitian yang didapat dari pengolahan data-data yang ditemukan dengan membagikan angket atau daftar pertanyaan.

BAB V Penutup, yang membahas tentang keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan dan saran yang terkait dengan penelitian. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Persoalan pengambilan keputusan ialah pemilihan dari berbagai pilihan tindakan yang mungkin dipilih, dengan tujuan untuk memperoleh sebuah keputusan yang terbaik.⁷ Setiap keputusan ialah keluaran dari proses dinamis yang dipengaruhi oleh kekuatan yang banyak.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.⁸

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif keinginan berperilaku.

Terdapat tiga model tahap pokok yang bermanfaat sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

- 1) penelitian, yaitu mempelajari lingkungan dari keadaan yang memerlukan keputusan.

⁷ Philip Kotler, *Managemen Pemasaran* (Jakarta: Macan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 485.

⁸ Ujang Samarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.9.

- 2) Desain, yaitu mendaftar, mengembangkan, dan menganalisis arah tindakan yang mungkin. Aktivitas ini meliputi proses untuk memahami permasalahan, menghasilkan pemecahan, dan menguji kelayakan pemecahan tersebut.
- 3) Pemilihan yaitu menentukan tindakan tertentu dari keseluruhan pilihan yang ada.⁹

Tipe-tipe keputusan dapat dibedakan menjadi:¹⁰

- 1) Keputusan yang diprogramkan

Keputusan yang diprogramkan merupakan keputusan yang dibuat menurut kebiasaan, aturan atau prosedur. Keputusan ini cenderung berulang-ulang dan rutin.

- 2) Keputusan yang tidak diprogramkan

Keputusan ini merupakan keputusan yang berkenaan dengan masalah-masalah yang baru, khas dan khusus.

b. Pembagian Pengambilan Keputusan

Pengambilan Keputusan objektif dan subjektif, yaitu:

- 1) Pengambilan Keputusan objektif

Pendekatan keputusan objektif bersifat logis dan sistematis. Pendekatan ini dilakukan langkah demi langkah. Asumsi dalam pendekatan ini adalah: memiliki waktu untuk mengikuti setiap langkah dalam proses pengambilan keputusan secara sistematis,

⁹ H.B Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksar, 2005), hlm. 173-174.

¹⁰ Fandi Tjiptono Anastasi Diana, *Total Quality Managemen* (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm.184.

tersedia informasi lengkap dan akurat, memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan yang dianggap terbaik.

2) Pengambilan Keputusan subjektif

Beberapa dengan pengambilan keputusan objektif yang didasarkan pada informasi yang logis, lengkap, dan akurat. Pengambilan keputusan subjektif didasarkan pada institusi, pengalaman dan informasi yang tidak lengkap.¹¹

Tindakan pengambilan keputusan konsumen untuk membeli atau tidak terdiri dari tiga tahap, antara lain:

a) Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan mungkin terjadi ketika konsumen dihadapkan dengan suatu “masalah”. Di kalangan konsumen, ada dua gaya pengenalan kebutuhan atau masalah yang berbeda. Beberapa konsumen merupakan tipe keadaan yang sebenarnya, yang merasa bahwa mereka mempunyai masalah ketika sebuah produk tidak dapat berfungsi secara memuaskan. Sebaliknya, konsumen lain adalah tipe keadaan yang diinginkan, dimana bagi mereka keinginan terhadap sesuatu yang baru dapat menggerakkan proses keputusan.

b) Penelitian Sebelum Pembelian

Penelitian sebelum pembelian dimulai ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen biasanya mencoba

¹¹ Anastasi Diana, hlm.186.

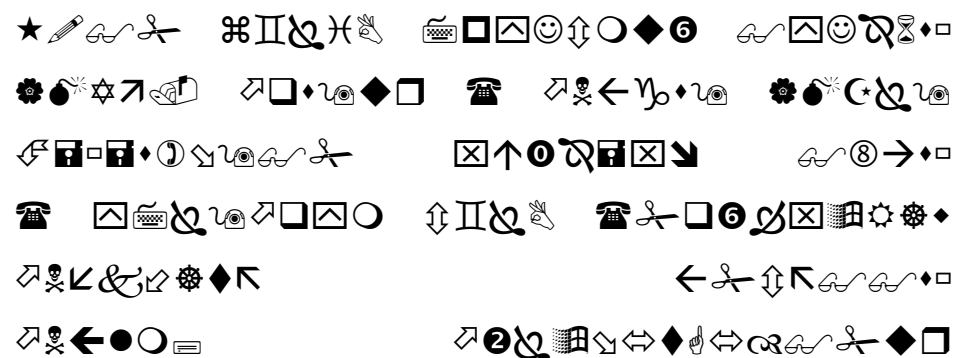
mengingat sebelum mencari berbagai sumber informasi eksternal mengenai kebutuhan yang berhubungan dengan konsumsi tersebut. Banyak keputusan konsumen yang didasarkan kepada gabungan pengalaman yang lalu (sumber internal) dan informasi pemasaran dan nonkomersial (sumber eksternal).

c) Penilaian Alternatif

Ketika menilai berbagai alternatif potensial, para konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi: (1) daftar merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih dan (2) kriteria yang akan mereka pergunakan untuk menilai setiap produk.

Membuat keputusan adalah suatu alternatif dari dua pilihan atau lebih, untuk menentukan suatu pendapat atau perjalanan suatu tindakan. Dalam pengambilan keputusan, seseorang berurusan dengan nilai-nilai yang akan datang, yang sampai tingkat tertentu masih belum diketahui.¹²

Pengambilan keputusan dalam perspektif islam di jelaskan pada firman Allah SWT dalam Al-qur'an surah Ali-Imran ayat 159:



¹² George R. Terry, *Dasar Dasar Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm17.



Artinya:“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹³

Penjelasan tentang pengambilan keputusan terletak pada potongan ayat.“*Dan bermusyawaralah dalam urusan itu*”. yaitu tentang urusan peperangan dan hal-hal dunia lainnya yaitu seperti urusan politik, ekonomi, sosial bermasyarakat bukan urusan syariat dan agama. “Kemudian, apabila engkau telah melakukan hal-hal tersebut dan membulatkan tekad, maka laksanakan hasil musyawarah sambil “*bertawakkal kepada Allah*”. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya dan, dengan demikian, Dia akan membantu membimbing mereka ke arah apa yang mereka harapkan.¹⁴

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi ialah suatu tindakan yang bertujuan untuk membujuk, mendesak, dan meyakinkan orang lain terhadap produk yang di tawarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian dan minat calon pelanggan untuk

¹³ Departemen Agama RI, *Syammil Al-Quran Miracle* (Bandung: SYGMA PUBLISHING, 2010), hlm.139.

¹⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309-310.

membeli produk yang ditawarkan. Meskipun promosi dilakukan, masih ada juga sebagian orang dilingkungan perusahaan yang belum mengetahui tentang produk apa saja yang ada diperusahaan. Hal ini diakibatkan oleh frekuensi promosi yang terlalu singkat dan promosi tidak sampai pada semua daerah sasaran.¹⁵

b. Tujuan Promosi

- 1) Disebabkan pihak luar sebaiknya mengetahui tentang perusahaan kita.
- 2) Ingin memperbaiki dan meningkatkan jumlah volume penjualan.
- 3) Perusahaan ingin dikenal memiliki citra baik.
- 4) Ingin mengutamakan segi keunggulan perusahaan kita terhadap saingan.

c. Target Promosi

- 1) Konsumen
- 2) Distributor
- 3) Bank
- 4) Masyarakat
- 5) Pemerintah

d. Macam-Macam Sarana Promosi

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan secara umum adalah.

1) Periklanan

¹⁵ Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan" 2, no. 1 (2018): hlm.57.

Iklan adalah sarana peomosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank¹⁶. Informasi yang diberikan adalah nama produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi masyarakat. Agar iklan dapat efektif dan efesien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah :

- a) Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terikat dengan sasaran penjualan dari suatu produk (*mission*)
- c) Menetapkan anggaran periklanan (*money*) merancang, meyusun sarta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*message*).
- d) Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*media*).
- e) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (*measurement*).

Ciri-ciri yang terdapat dari suatu periklanan adalah :

- a) *Public Presentation* (penyajian di muka umum)
- b) *Pervasiveness* (penyerahan meyeluruh)

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.156.

- c) *Expressiveness* (daya tangkap yang kuat)
- d) *Impersonality* (kurang kepribadian)

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah.¹⁷ Promosi penjualan dilakukan untuk menarik masyarakat untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu :

- a) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian masyarakat untuk membeli.
- b) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada masyarakat untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- c) Invitasi, yaitu mengharapkan masyarakat segera merealisasikan pembelian produk dan jasa PT Pos.

3) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi ini sering diidentikan sebagai pemasaran oleh masyarakat. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara

¹⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2014), hlm.148.

umum dilakukan oleh seluruh pegawai Pos, mulai dari *Cleaning Service*, satpam, sampai dengan pejabat kantor Pos.¹⁸ Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *Account Officer* atau *Financial Advisor*. Namun *personal selling* juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga (*Salesman* atau *Salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*.

4) Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing masyarakat melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stan promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam, serta kegiatan lainnya.

Tujuan dari kegiatan ini adalah agar masyarakat dapat mengenal PT Pos lebih dekat, dengan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan PT Pos dan diharapkan akan menarik minat masyarakat menggunakan jasa kantor pos.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan ialah kegiatan dalam bentuk jasa yang diberikan oleh kelompok atau perseorangan kepada pelanggan (yang dilayani), yang sifatnya tidak berbentuk dan tidak dapat dimiliki.

¹⁸ *Pemasaran Bank*, 2010, hlm. 160.

Seperti dijelaskan diatas, bahwa pelayanan tidak berwujud yang berarti pelayanan itu hanya dapat dirasakan. Menurut Norman dalam Endang memberikan karakteristik pelayanan:

- 1) Pelayanan sifatnya tidak dapat diraba hanya dapat dirasakan.
- 2) Pelayanan ialah perlakuan yang bersifat nyata dan pengaruhnya tidak bersifat sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Secara teori, pelayanan bertujuan memberikan kepuasan tertentu kepada konsumen. Dalam memperoleh kepuasan itu, maka dituntut adanya kualitas pelayanan yang baik, aturan-aturan dalam pelayanan publik tercermin dari:

a) *Transparansi*

Sifatnya terbuka, mudah untuk diakses oleh orang banyak yang memerlukan dan disediakan secara memadai serta mudah dipahami.

b) *Akuntabilitas*

Dapat dipertanggung jawabkan dan sesuai aturan dan undang-undang.

c) *Kondisional*

Sesuai dengan situasi keadaan yang ada dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.

d) *Partisipatif*

Mengikut sertakan orang banyak dalam pelaksanaannya.

e) Keamanan Hak

Tidak ada pembeda antar suku, agama, ras, golongan, gender dan status ekonomi

f) Keimbangan Hak dan Keawajiban

Pemberi dan penerima pelayanan harus memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing.¹⁹

b. Dimensi Pelayanan

- 1) *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat menyakinkan masyarakat.
- 2) *Reability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan dari pegawai kantor Pos untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani masyarakat dengan baik.
- 4) *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan pegawai kantor Pos untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen atas produk dan jasa yang diberikan oleh PT Pos.

¹⁹ Dwi Richa Farokha Dkk, "Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Express Di PT. Pos Indonesia Cabang Baratajaya Surabaya" 03, no. 01 (2015): hlm. 59-60.

- 5) *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para konsumen dengan berupa memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

c. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata konsumennya. Berikut ini beberapa cirri pelayanan yang baik yaitu:²⁰

- 1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, untuk melayani masyarakat salah satu hal yang penting adalah sarana dan prasarana yang dimiliki PT Pos. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki, udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk.
- 2) Tersedianya karyawan yang baik, petugas harus ramah, sopan dan menarik, selain itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.
- 3) Bertanggung jawab kepada konsumen sejak awal hingga selesai, dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Konsumen akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat, layanan yang diberikan harus sesuai dengan prosedur dan jangan membuat kesalahan dalam pelayanan yang diberikan.

²⁰ *Pemasaran Bank*, 2014, hlm. 185.

- 5) Mampu berkomunikasi, petugas mampu dengan cepat memahami keinginan konsumen. Artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, petugas harus mampu menjaga rahasia konsumen terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan konsumen kepada perusahaan.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, petugas perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi konsumen atau kemampuan dalam bekerja.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan konsumen, petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh konsumen.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen, kepercayaan calon konsumen kepada PT pos mutlak diperlukan sehingga calon konsumen mau menjadi pengguna jasa kantor pos.

4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ialah panduan penelitian ketika melakukan penelitian. Peneliti mengambil beberapa penelitian sebagai dasar acuan dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian yang peneliti lakukan. Berikut ini adalah penelitian terdahulu dari beberapa skripsi tentang penelitian yang dilakukan peneliti.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

| NO | Nama | Judul Penelitian | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----------|--|--|--|---|
| 1 | Irma Yanti Hamidah, Rony Ika Setiawan (Riset mahasiswa ekonomi STIE Kesuma Negara Blitar). Tahun 2014. ²¹ | Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan motor merek honda tipe Vario. | Independen (X) promosi dan kualitas pelayanan Dependen (Y) keputusan pembelian | Variabel independen yang meliputi promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan. |
| 2 | Alan Junedi (Jurnal Universitas Nusantara).t ahun 2014. ²² | Analisi pengaruh kualitas pelayanan, harga dan iklan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa logistik (studi kasus CV. Cipta Abdi Mandiri di daerah Cengkareng) | Independen (X) Kualitas pelayanan Harga dan Iklan Dependen (Y) keputusan konsumen dalam menggunakan jasa logistik | Pengaruh kualitas pelayanan (X1), haraga (X2), dan iklan (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) berpengaruh secara signifikansi, dengan besar pengaruh simultan 50,60%. Arah dari pengaruh tersebut bersifat positif. |

²¹ Roni Ika Setiawan Hamidah, "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan motor merek honda tipe Vario. Tahun 2014." (Tesis, Blitar, STIE Kesuma Negara, 2014), <http://jurnal.stieken.ac.id>.

²² Alant Junedi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Logistik JNE" VI, no. 2 (2014), www.neliti.com.

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| 3 | Imilda Krisnawati (Jurnal Universitas Nusantara PGRI Kediri 2016). ²³ | Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian di J&T ekpress cabang Nganjuk. | independen (X) kualitas pelayanan, promosi, dan harga Dependen (Y) keputusan pembelian | Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,043 dengan taraf signifikan 0,048. Taraf signifikan $0,048 < 0,05$ ini terbukti bahwa pada level signifikan α (0,05), dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. |
| 4 | Nizar Alam Hamdani dan Maulida Agustianus Zaman (Jurnal Wacana Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut).Tahun 2017. ²⁴ | Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Pizza Express Jakarta | Independen (X) Kualitas pelayanan Promosi Dependen (Y) Kepuasan konsumen | Variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen |

²³ Imilda Krisnawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di J&T Ekspres Cabang Nganjuk” 01, no. 02 (2017), <http://simki.unpkediri.ac.id>.

²⁴ Nizar Alam Hamdani Maulida Agustianus Zaman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta” 16, no. 02 (2017), <http://docplayer.info.com>.

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| 5 | Dewi Mei Anggraini (skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri walisongo Semarang) Tahun 2019. ²⁵ | Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. | Independen (X) Pelayanan Promosi Dependen (Y) Minat kunjungan kembali | Hasil penelitian reliabel karena semua hasil uji validitas kofisiennya bernilai lebih besar 0,60 |
|---|--|---|---|--|

5. Kerangka Pikir

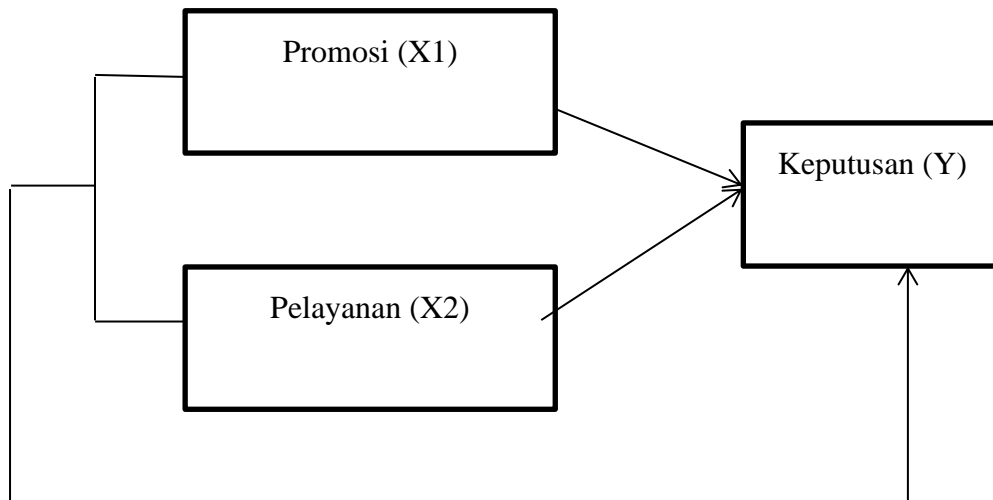
Kerangka pikir merupakan gambaran hubungan antar variabel-variabel dalam satu penelitian. Di dalam kerangka pikir akan dilakukan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menjelaskan dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian.²⁶

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian pembahasan di atas maka secara sederhana kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

²⁵ Dewi Mei Anggraini, "Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. Tahun 2019." (Skripsi, Semarang, Universitas Negeri Walisongo, 2019), <http://eprints.walisongo.ac.id>.

²⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, skripsi, tesis, dan karya ilmiah* (Jakarta: kencana, 2012), hlm. 252.

Gambar 1.
Kerangka Pikir



6. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara kejadian atau situasi yang belum terjadi atau yang telah terjadi. Hipotesis ialah pernyataan peneliti mengenai hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik.²⁷ Hipotesis merupakan pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari sebuah permasalahan atau kejadian, yang kebenarannya dibuktikan lebih lanjut.²⁸

Ho1: Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

Ha1: Promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

²⁷ Mudjarat kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2003), hlm. 47-48.

²⁸ Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian Publik dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 169.

Ho2: Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi

Ha2: Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

Ho3: Promosi dan pelayanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

Ha3: Promosi dan pelayanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Muarasipongi Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini direncanakan dilakukan pada bulan September sampai Januari 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ialah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menerapkan hubungan atau pengaruh yang terukur, meramalkan, dan mengontrol.²⁹ Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah keseluruhan yang menjadi objek penelitian yang ditentukan peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya tentang jumlah yang terdapat pada objek dan subjek yang di pelajari, tetapi meliputi semua ketentuan-ketentuan dan sifat yang dimiliki oleh objek dan subjek tertentu.³⁰ Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

²⁹ Hendri Tanjung Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Phublising, 20013), hlm. 74.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 115.

2. Sampel

Sampel ialah bagian yang mewakili dari sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi. Jika jumlah populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang terdapat pada populasi, disebabkan karena kurangnya modal, tenaga dan kesempatan.³¹

Teknik untuk menentukan jumlah sampel dikelompokkan menjadi dua yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan dari Isac Michael, yaitu:³²

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = tingkat signifikan (1,96)

p = proporsi populasi (0,07)

q = 1-p

e = perkiraan tingkat kesalahan (10%)

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 116.

³² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: kencana, 2013), hlm.34.

Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 \cdot (1 - 0,07)}{0,1^2} = \frac{0,2500}{0,01} = 25$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 25 orang. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data.³³

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data hasil dari lapangan dalam bentuk tulisan maupun lisan.³⁴ Adapun menjadi data primer dari penelitian ini di dapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner secara langsung kepada masyarakat di kecamatan muarasipongi yang menggunakan jasa kantor pos.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.³⁵ Dalam penelitian ini data sekunder digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut yang diperoleh dari perpustakaan

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, hlm.85.

³⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm.91.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RSD*, (Jakarta: Alfabeta, 2016), hlm. 85.

seperti buku-buku, internet, jurnla, serta sumber data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data diambil pada penelitian ini ialah data primer. Data primer adalah data yang dicari dan diperoleh langsung dari lapangan oleh peneliti yang bersangkutan.

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi ialah sumber segala ilmu pengetahuan. Para ilmuwan bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia nyata yang diperoleh dari observasi. Data-data dikumpulkan dengan bantuan alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda-benda luar angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.³⁶

2. Wawancara

Wawancara merupakan interaksi antara dua orang atau lebih yang saling bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab untuk suatu permasalahan tertentu. Wawancara dilakukan untuk pengumpulan data penelitian untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin menggali informasi dari responden lebih mendalam.³⁷

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, hlm. 403.

³⁷ Sugiyono, hlm 410-411.

3. Kuisoner

Kuisoner (angket) merupakan teknik untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur. Kuisoner cocok digunakan untuk jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisoner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui Pos, atau internet.³⁸

Tabel III.1
Pengukuran Skala Ordinal Pernyataan Positif

| Keterangan | SS | S | KS | TS | STS |
|-------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Nilai | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 199.

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket

| No | Variabel | Indikator | Nomor Pernyataan |
|----|-----------|--|----------------------------------|
| 1 | Promosi | a. Periklanan b. Tenaga Penjualan c. Promosi Penjualan | 1,2 3,4 5,6 |
| 2 | Pelayanan | a. <i>tangibles</i> b. <i>reability</i> c. <i>Iresponsiveness</i> d. <i>assurance</i> e. <i>empathy</i> | 7 9 8,10 11,12 13,14 |
| 3 | Keputusan | a. Mengenali Kebutuhan b. Mencari Informasi c. Evaluasi Alternative d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian | 15 16 17 18 19,20 |

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah sebuah indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini mengangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.³⁹

Untuk melihat butir soal valid atau tidak valid dapat dilakukan dengan nilai *sig* atau nilai *pearson corelation* yang diperoleh. Berdasarkan nilai signifikan, jika nilai signifikan $< 0,1$ maka butir

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, hlm.132.

pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka butir pertanyaan tidak valid. Berdasarkan nilai *pearson correlation*, jika nilai *pearson correlation* $> r_{tabel}$ maka soal valid, sebaliknya jika *pearson correlation* $< r_{tabel}$ maka soal tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dipercaya atau dapat diandalkan.⁴⁰ Uji realibilitas bertujuan untuk mengukur seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Instrumen kuesioner dinyatakan andal bila memiliki nilai alpha cronbach $> 0,6$.

2. Uji Prasyarat Analisis

Dalam sebuah penelitian ada yang disebut pengujian persyaratan analisis terutama untuk statistik inferensial. Persyaratan analisis didalam penelitian kuantitatif merupakan uji asumsi klasik, yaitu sebelum pengujian hipotesis harus melakukan pengujian-pengujian lain terlebih dahulu. Uji prasyarat analisis digunakan untuk mengetahui apakah analisi data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Pada bagian ini akan dibahas uji normalitas dan uji linearitas sebagai berikut :⁴¹

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Modal regresi yang baik hendaknya

⁴⁰Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 96-97.

⁴¹ Abdul Narlan dan Dicky Tri Juniar, *Statistic Dalam Aplikasi Praktis Dalam Penelitian Pendidikan Jasmani* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 62.

berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogorov-Smoirnov*. Jika signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,1 maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.⁴²

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah Multikolinearitas yang harus diatasi.⁴³ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinearitas didalam model regresi yang digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Apabila nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi Multikolinearitas terhadap data yang diuji. Namun, jika nilai VIF > 10,00 maka artinya terjadi Multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya

⁴² Nur Aswani Masyhuri, "Metodologi Riset Manajemen Pemasaran" (Riset, Malang, UIN-Maliki Press, 2011), hlm.171.

⁴³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm.177.

ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *uji spearman's rho*, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:⁴⁴

- a) Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,1$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah suatu model persamaan linear dengan variabel bebas lebih dari satu. Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen dua atau lebih. Adapun regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui promosi (X1), pelayanan (X2) terhadap keputusan. Bentuk persamaan linear berganda antara lain :⁴⁵

$$K = a + b_1 Pr + b_2 Pl + e$$

Dimana:

K = Keputusan

Pr = Promosi

Pl = Pelayanan

⁴⁴ Slamet Riyanto dan Andhita Hatmawan Aglis, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 139.

⁴⁵ Sugiyono dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 303.

a = Konstanta

b_1 = Koefisien untuk Promosi

b_2 = Koefisien untuk Pelayanan

e = *Standard Error*

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$K = a + b_1Pr + b_2Pl + e$$

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat dipergunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan dari variabel X terhadap Variabel Y yang menunjukkan keragaman nilai variabel X yang bisa dijelaskan oleh variabel Y. R^2 ialah 0, maka tidak ada sedikitpun persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y, atau variasi variabel X yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel Y. Sebaliknya R^2 ialah sama dengan 1, maka persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y ialah sempurna, atau variasi variabel X yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel Y.⁴⁶

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik. Uji parsial (Uji t) sampel ini tergolong

⁴⁶ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: PT. Buku kita, 2008), hlm. 79.

hipotesis deskriptif. Uji signifikansi koefisien korelasi pasrial digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Ketentuannya adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > + t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁴⁷

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁴⁸

- a) Dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_1 diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap variabel dependen.
- b) Dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, apabila F hitung $<$ F tabel, maka H_1 ditolak. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap variabel dependen.

⁴⁷Muhammad Firdaus, *Ekometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 88.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, hlm.182-183.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Pos Indonesia

1. Sejarah Kantor Pos

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah kantor pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan kantor pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro

(PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas Pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan berjalannya waktu, pos Indonesia sekarang telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantorpos online, serta dilengkapi *electronic mobile* pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

1746 - Pertama Berdiri Kantor Pos

Sejarah mencatat keberadaan pos Indonesia begitu panjang, Kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk

lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

1875 - POSTEN TELEGRAFDIENST

Pada tahun ini dinas pos disatukan dengan dinas telegraf dengan status jawatan dengan nama POSTEN TELEGRAFDIENST.

1877 - Union Postale Universelle

Sejak pemerintahan kolonial dinas Pos pemerintahan Belanda sudah berhubungan dalam pengiriman surat dan barang secara internasional, sehingga tercatat sebagai anggota Union Postale Universelle (UPU).

1945 - Hari Bakti POSTEL

Pada saat pendudukan Jepang di Indonesia, jawatan PTT dikuasai oleh militer Jepang, 27 September 1945 Angkatan Muda PTT mengambil alih kekuasaan PTT dan secara resmi berubah menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia. Peristiwa tersebut diperingati menjadi hari bakti PTT atau hari bakti POSTEL.

1965 - PN Pos dan Giro

Mengamati perkembangan zaman dimana sektor Pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara dan Giro (PN Pos dan Giro).

1978 - Perusahaan Umum Pos dan Giro

Dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giro pos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri.

1995 - PT. Pos Indonesia (Persero)

Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum. Pada tanggal 20 Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

2. Visi dan Misi Kantor Pos

a. Visi

Menjadi pilihan utama layanan logistik dan jasa keuangan.

b. Misi

- 1) Memberikan solusi layanan logistik *e-commerce* yang kompetitif.
- 2) Menjalankan fungsi *designated operator* secara profesional dan kompetitif.
- 3) Memberikan solusi jasa layanan keuangan terintegrasi yang kompetitif dalam rangka mendukung *financial inclusion* berbasis digital.
- 4) Memberikan solusi layanan dokumentasi dan otentikasi digital yang kompetitif.

3. Produk dan Jasa Kantor Pos

a. Domestik

Pos *Express*, Pos Kilat Khusus, Pos Jumbo Ekonomi dan Layanan Standar.

b. Logistik

- 1) Kargo
- 2) *Ware house*
- 3) *Freight Forwarding*

c. Internasional

- 1) Pos Cepat Luar Negeri
- 2) Layanan Prioritas
- 3) Layanan Standar.⁴⁹

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 25 responden.

Kemudian dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan pendidikan, jenis kelamin dan pekerjaan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| NO | Pendidikan | Jumlah |
|----|------------|---------|
| 1 | SD | 5 orang |

⁴⁹ Pos Indonesia, 2020, <http://www.posindonesia.co.id>.

| | | |
|--------|---------|----------|
| 2 | SMP | 5 orang |
| 3 | SMA | 10 orang |
| 4 | Sarjana | 5 orang |
| Jumlah | | 25 orang |

Berdasarkan tabel IV.1 di atas menunjukkan responden berpendidikan SD adalah sebanyak 5 orang, SMP sebanyak 5 orang, SMA sebanyak 10 orang, dan Sarjana sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat pengguna jasa kantor pos berpendidikan SMA.

2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| NO | Jenis Kelamin | Jumlah |
|--------|---------------|----------|
| 1 | Laki-Laki | 10 orang |
| 2 | Perempuan | 15 orang |
| Jumlah | | 25 orang |

Berdasarkan tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 10 orang dan perempuan sebanyak 15 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat pengguna jasa kantor pos berjenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| NO | Pekerjaan | Jumlah |
|--------|------------|----------|
| 1 | Petani | 5 orang |
| 2 | Pegawai | 11 orang |
| 3 | Wiraswasta | 9 orang |
| Jumlah | | 25 orang |

Berdasarkan tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 5 orang, pegawai sebanyak 11

orang, dan wiraswasta sebanyak 9 orang, jadi mayoritas masyarakat pengguna jasa kantor pos bekerja sebagai pegawai.

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah sebuah indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini mengangket akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.⁵⁰

Untuk melihat butir soal valid atau tidak valid dapat dilakukan dengan nilai *sig* atau nilai *pearson correlation* yang diperoleh. Berdasarkan nilai signifikan, jika nilai signifikan $< 0,1$ maka butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka butir pertanyaan tidak valid. Berdasarkan nilai *pearson correlation*, jika nilai *pearson correlation* $> r_{tabel}$ maka soal valid, sebaliknya jika *pearson correlation* $< r_{tabel}$ maka soal tidak valid. Hasil uji validitas promosi dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Promosi (X¹)

| Item Pernyataan | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|-----------------|---------------------|--|-------------|
| X.1 | 0,634 | Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 25 - 2 = 23$ pada taraf signifikan 10% sehingga | Valid |
| X.2 | 0,743 | | Valid |
| X.3 | 0,454 | | Valid |
| X.4 | 0,231 | | Tidak Valid |

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.132.

| | | | |
|-----|-------|--------------------------------|-------|
| X.5 | 0,757 | diperoleh $r_{tabel} = 0,3365$ | Valid |
| X.6 | 0,776 | | Valid |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.4 Uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 5 dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Sedangkan nilai item pernyataan 4 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} sehingga item pernyataan tersebut tidak valid. Hasil uji validitas pelayanan dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Pelayanan (X^2)

| Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|--|-------------|
| X.1 | 0,418 | Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 25 - 2 = 23$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3365$ | Valid |
| X.2 | 0,545 | | Valid |
| X.3 | 0,223 | | Tidak Valid |
| X.4 | 0,500 | | Valid |
| X.5 | 0,796 | | Valid |
| X.6 | 0,782 | | Valid |
| X.7 | 0,592 | | Valid |
| X.8 | 0,715 | | Valid |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.5 Uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 4, 5, 6, 7 dan 8 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Sedangkan nilai item pernyataan 3 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} sehingga item pernyataan tersebut tidak valid. Hasil uji validitas keputusan dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Keputusan (Y)

| Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|-----------------------|------------|
| Y.1 | 0,748 | Instrumen valid, jika | Valid |

| | | | |
|-----|-------|---|-------|
| Y.2 | 0,628 | r _{hitung} > r _{tabel} dengan df = n - 2 = 25 - 2 = 23 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,3365 | Valid |
| Y.3 | 0,432 | | Valid |
| Y.4 | 0,689 | | Valid |
| Y.5 | 0,730 | | Valid |
| Y.6 | 0,872 | | Valid |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.6 Uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dipercaya atau dapat diandalkan.⁵¹ Uji realibilitas bertujuan untuk mengukur seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Instrumen kuesioner dinyatakan andal bila memiliki nilai alpha cronbach > 0,6. Hasil uji reabilitas promosi dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .654 | 6 |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil-hasil tabel IV.7 Uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* promosi yaitu 0,654 > 0,6. Dengan demikian variabel promosi dikatakan *reliable*. Hasil uji reabilitas pelayanan dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

⁵¹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 96-97.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .705 | 8 |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil-hasil tabel IV.8 Uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pelayanan yaitu $0,705 > 0,6$. Dengan demikian variabel pelayanan dikatakan *reliable*. Hasil uji reabilitas keputusan dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .773 | 6 |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil-hasil tabel IV.9 Uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* promosi yaitu $0,773 > 0,6$. Dengan demikian variabel promosi dikatakan *reliable*.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogorov-Smoirnov*. Jika signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,1 maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal. hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 25 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.67092349 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .107 |
| | Positive | .107 |
| | Negative | -.097 |
| Test Statistic | | .107 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.10 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai signifikan promosi, pelayanan dan keputusan sebesar $0,200 > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi normalitas, artinya promosi, pelayanan dan keputusan berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinieritas didalam model regresi yang digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Apabila nilai $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi Multikolinieritas terhadap data yang diuji.

Namun, jika nilai $VIF > 10,00$ maka artinya terjadi Multikolinearitas terhadap data yang diuji. Hasil Dari uji multikolinearitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | | | | | | |
| 1 (Constant) | 3.399 | 4.972 | | .684 | .501 | | |
| PROMOSI | -.148 | .198 | -.149 | -.745 | .464 | .689 | 1.452 |
| PELAYANA | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 | .689 | 1.452 |

a. Dependent Variable: KEPUTISAN
Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel promosi adalah 0,689, variabel pelayanan adalah 0,689. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel lebih besar $> 0,1$. Nilai VIF dari variabel promosi adalah 1,452 variabel pelayanan adalah 1,452. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih besar > 10 . Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model

regresi. Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *uji spearman's rho* , uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- c) Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,1$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- d) Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | | Correlations | | |
|-------------------|----------------------------|----------------------------|--------------|-----------|--------------------------------|
| | | | PROMOSI | PELAYANAN | Unstandar dized Residual |
| Spearman's rho | PROMOSI | Correlation Coefficient | 1.000 | .370 | .052 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .069 | .805 |
| | | N | 25 | 25 | 25 |
| | PELAYANAN | Correlation Coefficient | .370 | 1.000 | -.058 |
| | | Sig. (2-tailed) | .069 | . | .782 |
| | | N | 25 | 25 | 25 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | .052 | -.058 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .805 | .782 | . |
| | | N | 25 | 25 | 25 |

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji tabel IV.12 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi sebesar $0,805 > 0,1$ pelayanan $0,782 >$

0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda dipergunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel X, yaitu promosi, dan pelayanan terhadap variabel Y, yaitu keputusan. Hasil uji linear berganda dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.399 | 4.972 | | .684 | .501 |
| | PROMOSI | -.148 | .198 | -.149 | -.745 | .464 |
| | PELAYANAN | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN
Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji analisis linear berganda pada tabel IV.13 di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda untuk mengetahui nilai konstan. Persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$K = a + b_1 Pr + b_2 Pl + e$$

Dimana:

K = Keputusan

Pr = Promosi

Pl = Pelayanan

a = Konstanta

$b_1 =$ Koefisien untuk Promosi

$b_2 =$ Koefisien untuk Pelayanan

$e =$ *Standard Error* 10%

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$K = a + b_1 Pr + b_2 Pl + e$$

$$K = 3,399 - 0,148 Pr + 0,669 Pl$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 3,399 dapat diartikan bahwa jika promosi dan pelayanan diasumsikan 0 maka keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos sebesar 3,399 satuan.
2. Nilai koefisien variabel promosi (b_1) bernilai negatif sebesar -0,148 dapat diartikan bahwa jika promosi meningkat sebesar satu, maka keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos akan menurun dianggap sebesar 0,148 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
3. Nilai koefisien variabel pelayanan (b_2) bernilai positif sebesar 0,669 dapat diartikan bahwa jika pelayanan meningkat sebesar satu, maka keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos akan meningkat dianggap sebesar 0,669 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisiens Determinisasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat dipergunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan dari variabel X terhadap Variabel Y yang menunjukkan keragaman nilai variabel X yang bisa dijelaskan oleh variabel Y. R^2 ialah 0, maka tidak ada sedikitpun persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y, atau variasi variabel X yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel Y. Sebaliknya R^2 ialah sama dengan 1, maka persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y ialah sempurna, atau variasi variabel X yang digunakan dalam model mejelaskan 100% variasi variabel Y. Hasil uji analisis koefisiens determinasi dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Uji Tabel IV.14
Hasil Uji Analisis Koefisiens Determinisasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .630 ^a | .397 | .342 | 2.790 |

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI
Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan tabel IV.14 Hasil analisis diketahui nilai *R Square* sebesar 0,397 atau 39,7 persen variabel promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan. Sedangkan sisanya 0,603 atau 60,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yaitu seperti harga, lokasi, dan fasilitas.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik. Uji parsial (Uji t) sampel ini tergolong

hipotesis deskriptif. Uji signifikansi koefisien korelasi parsial digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Uji Tabel IV.15
Hasil Uji Analisis Signifikansi Parsial (Uji t)

| | | Coefficients ^a | | | | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 3.399 | 4.972 | | .684 | .501 | |
| | PROMOSI | -.148 | .198 | -.149 | -.745 | .464 | |
| | PELAYANA | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 | |
| | N | | | | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN
Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Untuk interpretasi uji t pada tabel di atas sebagai berikut:

1) Pengaruh promosi terhadap keputusan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 0,745 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (25-2-1) = 22$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,7171 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,745 < 1,7171$ dan $(0,464 > 0,1)$) jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 1 diterima dan H_a 1 ditolak yaitu promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan muarasipongi. Hal ini karena masyarakat pengguna jasa kantor pos tidak melihat dari segi promosi, masyarakat lebih mementingkan aspek lain seperti kebutuhan, dan keperluan dan hal lainnya.

2) Pengaruh pelayanan terhadap keputusan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel pelayanan sebesar 3.514 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n - k - 1)$, $df = (25 - 2 - 1) = 22$, hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar = 1,7171 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($3.514 > 1,7171$) dan ($0,02 < 0,1$), jadi dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan muarasipongi. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik dan sesuai harapan konsumen akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi, dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi akan menurun.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.16
Hasil Uji analisis Signifikansi Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 112.788 | 2 | 56.394 | 7.246 | .004 ^b |
| | Residual | 171.212 | 22 | 7.782 | | |
| | Total | 284.000 | 24 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI
 Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2021

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada table IV.16 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,246 dan F_{tabel} dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $df = 25-2-1 = 22$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,26 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,246 > 2,26$) dengan nilai signifikan $0,04 < 0,1$. Artinya diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Setelah peneliti melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hasil penelitian ini diolah menggunakan aplikasi *SPSS* versi 22.

Berdasarkan hasil Hasil analisis diketahui nilai R sebesar 0,630 artinya kolerasi antara variabel promosi dan pelayanan terhadap keputusan terjadi hubungan yang kuat. Nilai R Square sebesar 0,397 atau 39,7 persen. Variabel promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan. Sedangkan sisanya 0,603 atau 60,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar -148 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (25-2-1) = 22$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,71714 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,148 < 1,71714$ dan $(0,464 > 0,1)$) jadi dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi.

Berdasarkan *Michael Ray* “Promosi adalah kordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Promosi pada umumnya bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan agar diminati oleh calon konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Dewi Mei Anggraini (2019) yang berjudul Pengaruh pelayanan dan Promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan

masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hal ini karena masyarakat pengguna jasa kantor pos tidak melihat dari segi promosi, masyarakat lebih mementingkan aspek lain seperti kebutuhan, dan keperluan dan hal lainnya.

2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel pelayanan sebesar 0,669 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (25-2-1) = 22$, hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar = 1,71714 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,669 < 1,71714$) dan ($0,02 < 0,1$), jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi.

Teori Kotler dalam buku Fazar Laksana “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan tentu berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk memilih produk yang diberikan. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka, masyarakat akan merasa puas dan memilih produk yang diberikan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Nizar Alam Hamdani dan Maulida Agustianus Zaman (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen.

Sesuai hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik dan sesuai harapan konsumen akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos dikecamatan Muarasipongi, dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi akan menurun.

3. Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,246 dan F_{tabel} dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $df = 25-2-1 = 22$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,26 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,246 > 2,26$) dengan nilai signifikan $0,04 < 0,1$. Artinya diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan. Promosi yang efektif dan pelayanan yang baik akan mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk dan jasa yang diberikan. Semakin

baik promosi dan pelayanan yang dilakukan , maka semakin tinggi minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Schiffman dan Kanuk keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.

Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi dari penelitian ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan angket tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan kepada masyarakat menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan muarasipongi yang susah untuk dijumpai.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan muarasipongi. Ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-148 < 1,71714$ dan $(0,464 > 0,1)$) maka H_{a1} diterima H_{o1} ditolak.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Ini dapat dibuktikan dengan melihat $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($669 > 1,71714$) dan $(0,02 < 0,1)$, maka H_{o2} ditolak H_{a2} diterima.
3. Promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,246 > 2,26$) dengan nilai signifikan $0,04 < 0,1$. H_{o3} ditolak H_{a3} diterima.

B. Saran

1. Bagi perusahaan dalam kebijaksanaan pelayanan perusahaan harus memberikan pelayanan sebaik mungkin. Pegawai kantor pos cepat tanggap terhadap kebutuhan konsumen, ramah, dan sopan agar konsumen nyaman dan puas atas pelayanan yang diberikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel independen lain yang dapat mempengaruhi keputusan misalnya harga (X1), lokasi (X2), dan fasilitas (X3).

DAFTAR PUSTAKA

- Abrista Devi, Hendri Tanjung. *Metodologi Penelitian Ekonomo Islam*. Jakarta: Gramata Phublising, 20013.
- Anastasi Diana, Fandi Tjiptono. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: Andi, 2006.
- Departemen Agama RI, *Syammil Al-Quran Miracle*. Bandung: SYGMA PUBLISHING, 2010.
- Dewi Mei Angraini. "Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. Tahun 20019." Skripsi, Universitas Negeri Walisongo, 2019. <http://eprints.walisongo.ac.id>.
- Dkk, Dwi Richa Farokha. "Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Express Di PT. Pos Indonesia Cabang Baratajaya Surabaya" 03, no. 01 (2015).
- George R. Terry. *Dasar Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Hamidah, Roni Ika Setiawan. "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan motor merek honda tipe Vario. Tahun 2014." Tesis, STIE Kesuma Negara, 2014. <http://jurnal.stieken.ac.id>.
- H.B Siswanto. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksar, 2005.
- Husein Umar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian, skripsi, tesis, dan karya ilmiah*. Jakarta: kencana, 2012.
- Junedi, Alant. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Logistik JNE" VI, no. 2 (2014). www.neliti.com.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Raja Wali Pers, 2014.
- Krisnawati, Imilda. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di J&T Ekspres Cabang Nganjuk" 01, no. 02 (2017). <http://simki.unpkediri.ac.id>.

- M. Mursid. *manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Masyhuri, Nur Aswani. "Metodologi Riset Manajemen Pemasaran." Riset, UIN-Maliki Press, 2011.
- Maulida Agustinus Zaman, Nizar Alam Hamdani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta" 16, no. 02 (2017). <http://docplayer.info.com>.
- Mudjarat kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2003.
- Narlan, Abdul, dan Dicky Tri Juniar. *Statistic Dalam Aplikasi Praktis Dalam Penelitian Pendidikan Jasmani*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Nasser Hasibuan, Abdul. "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan" 2, no. 1 (2018).
- Nasution, Khoirul. Wawancara Pengguna Jasa Kantor POS kecamatan Muarasipongi, 19 September 2020. Pasar Muarasipongi.
- Parlaungan. Wawancara Pimpinan Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi, 15 September 2020. Pasar Muarasipongi.
- "Pengaruh Kualitas, Promosi, Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J&T Cabang Nganjuk." *Jurnal Manajemen* 01, no. 02 (2017).
- Philip Kotler. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Macan Jaya Cemerlang, 2007.
- Riyanto, Slamet, dan Andhita Hatmawan Aglis. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Rosady Ruslan. *Metodologi Penelitian Publik dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: kencana, 2013.
- Sistem pendukung keputusan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Sugiyono, dan Agus Santoso. *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Ujang Samarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Pos Indonesia, 2020. <http://www.posindonesia.co.id>.

Lampiran 1

CURUCULUM VITE (Daftar Riwayat Hidup)

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Marwazi Adlani
Nama panggilan : Adlan
Tempat/ Tgl. Lahir : Tanjung Medan, 31 juli 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Anak Ke : 4 dari 4 Bersaudara
Alamat : Tanjung Medan Kecamatan Muarasioingi
Agama : Islam

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD NEGERI Kampung Pinang
Tahun 2010-2013 : MTSN 1 Muarasipongi
Tahun 2013-2016 : SMK NEGERI 2 Kota Nopan
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah
IAIN Padangsidempuan.

C. DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : IBRAHIM
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : ASRIATI
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Tanjung Medan Kecamatan Muarasipongi

D. Motto Hidup

“Mundur Selangkah Untuk Maju”



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 : 2391 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/10/2020
 Lampiran : -
 Hal : -

15 Oktober 2020

Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu;

1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I
2. Nurul Izzah : Pembimbing II

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

Nama : Marwazi Adlani
 NIM : 1640200119
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

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

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor POS. ”

Yang disusun oleh:

Nama : Marwazi Adlani

Nim : 16 402 00119

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-3)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

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

Padangsidimpuan, Desember 2020
Validator

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PROMOSI (X₁)

Petunjuk :

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

| Indikator | No Soal | V | VR | TV |
|-------------------|----------------|----------|-----------|-----------|
| Periklanan | 1,2 | | | |
| Tenaga penjualan | 3,4 | | | |
| Promosi penjualan | 5,6 | | | |

Catatan:

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

Padangsidempuan, Desember 2020
Validator

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PELAYANAN (X₂)

Petunjuk :

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

| Indikator | No Soal | V | VR | TV |
|------------------|----------------|----------|-----------|-----------|
| Tanggapan | 7,8,9,10 | | | |
| Jaminan | 11,12 | | | |
| Empati | 13,14 | | | |

Catatan:

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

Padangsidimpun, Desember 2020
Validator

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN (Y)

Petunjuk :

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

| Indikator | No Soal | V | VR | TV |
|--------------------------|----------------|----------|-----------|-----------|
| Mengenali kebutuhan | 15 | | | |
| Mencari informasi | 16 | | | |
| Evaluasi alternatif | 17 | | | |
| Keputusan membeli | 18 | | | |
| Perilaku pasca pembelian | 19,20 | | | |

Catatan:

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

Padangsidimpuan, Desember 2020
Validator

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kepada Yth :

Ketua prodi S1 Ekonomi Syariah

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : PARLAUNGAN

Jabatan : pimpinan

Mengatakan bahwa,

Nama : Marwazi Adlani

Nim : 1640200119

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Kantor POS kecamatan Muarasipongi kabupaten Mandailing Natal sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

“PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KANTOR POS”

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih,

Muarasipongi 14 desember 2020

Hormat kami

Pimpinan Kantor POS

PARLAUNGAN

NIPPOS : 986423658

Lampiran 2

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.

Saudara/Saudari

Di -

Tempat

Saudara/saudari dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Iain Padangsidempuan maka saya,

Nama : Marwazi Adlani

Nim : 16 402 00119

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang saudara/saudari berikan sangatlah berarti dalam menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul : **“Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor POS”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan saudara/saudari meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan, November 2020

Hormat Saya

Marwazi Adlani
NIM: 16 402 00119

IDENTITAS RESPONDEN

Kami mohon kesediaan saudara/saudari untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Tempat/Tgl lahir :

Jenis kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang teredia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

| Sangat Setuju (SS) | Setuju (S) | Kurang Setuju (KS) | Tidak Setuju (TS) | Sangat TidakSetuju (STS) |
|-----------------------|---------------|-----------------------|----------------------|-----------------------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

4. Semua jawaban saudara/saudari dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

A. Butir Angket Promosi (X₁)

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|----|--|---------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Pesan yang disampaikan dalam spanduk kantor Pos mampu mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan jasa kantor Pos. | | | | | |
| 2 | Brosur membuat saya lebih percaya untuk menggunakan jasa kantor Pos. | | | | | |
| 3 | Karyawan kantor Pos selalu menawarkan berbagai produk kantor Pos lainnya kepada saya setelah bertransaksi. | | | | | |
| 4 | Karyawan kantor Pos selalu memberikan penjelasan yang lengkap tentang produk dan jasa kantor Pos. | | | | | |
| 5 | Kantor Pos selalu memberikan hadiah-hadiah yang menarik pada waktu tertentu. | | | | | |
| 6 | Saya tertarik menggunakan jasa kantor Pos karena adanya souvenir dan hadiah. | | | | | |

B. Butir Angket Pelayanan (X₂)

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|----|---|---------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 7 | Terjadi komunikasi yang baik antara karyawan kantor Pos dengan pengguna kantor Pos. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 8 | Karyawan kantor Pos tanggap terhadap keluhan pengguna kantor Pos. | | | | | |
| 9 | Karyawan dapat menangani keluhan pengguna kantor Pos. | | | | | |
| 10 | Karyawan kantor Pos tanggap dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna jasa kantor Pos. | | | | | |
| 11 | PT Pos memberikan garansi atas pelayanan yang diberikan. | | | | | |
| 12 | Informasi yang diberikan kantor Pos dapat dipercaya. | | | | | |
| 13 | Karyawan PT Pos memberikan perhatian yang tulus dan ikhlas dalam melayani pengguna jasa PT Pos. | | | | | |
| 14 | Karywan PT Pos memahami kebutuhan konsumennya. | | | | | |

C. Butir Angket Keputusan (Y)

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | | | |
|----|---|---------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 15 | Saya menggunakan jasa kantor Pos karena saya benar membutuhkannya. | | | | | |
| 16 | Saya mencari informasi yang benar tentang kantor Pos sebelum memutuskan untuk menggunakannya. | | | | | |
| 17 | Menurut saya pelayanan di kantor Pos lebih baik dibandingkan lembaga lainnya. | | | | | |
| 18 | Saya menggunakan jasa dan produk kantor Pos karena keinginan saya sendiri. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 19 | Saya merekomendasikan jasa kantor Pos kepada orang lain. | | | | | |
| 20 | Saya tidak pernah kecewa dengan pelayanan yang diberikan kantor Pos. | | | | | |

Lampiran Dokumentasi



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden atas



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuisisioner kepada responden

Lampiran 3

Hasil jawaban responden variabel promosi (X1)

| Responden | PROMOSI (X1) | | | | | | JUMLAH |
|-----------|--------------|---|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| 6 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 20 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 9 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 11 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 20 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 13 | 4 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 17 |
| 14 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 15 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 17 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 2 | 20 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 19 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| 21 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 22 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 24 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 26 |

Hasil Jawaban Responden Variabel Pelayanan (X2)

| RESPONDEN | PELAYANAN (X2) | | | | | | | | JUMLAH |
|-----------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 27 |
| 6 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 28 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| 12 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 13 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 20 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 21 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 29 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38 |

Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan (Y)

| RESPONDEN | KEPUTUSAN (Y) | | | | | | JUMLAH |
|-----------|---------------|---|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 23 |
| 6 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 7 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 8 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 9 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 11 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 16 |
| 12 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 13 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 27 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 16 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 18 |
| 19 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 20 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 19 |
| 21 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 24 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |

Lampiran 4

Hasil Uji Data Penelitian

Uji Validitas Promosi (X1)

Correlations

| | | Item_1 | Item_2 | Item_3 | Item_4 | Item_5 | Item_6 | Total |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Item_1 | Pearson Correlation | 1 | .708** | .401* | -.034 | .115 | .219 | .634** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .047 | .872 | .584 | .293 | .001 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_2 | Pearson Correlation | .708** | 1 | .089 | -.135 | .449* | .589** | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .674 | .520 | .024 | .002 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_3 | Pearson Correlation | .401* | .089 | 1 | -.014 | .066 | .109 | .454* |
| | Sig. (2-tailed) | .047 | .674 | | .949 | .755 | .605 | .023 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_4 | Pearson Correlation | -.034 | -.135 | -.014 | 1 | .156 | -.058 | .231 |
| | Sig. (2-tailed) | .872 | .520 | .949 | | .456 | .783 | .267 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_5 | Pearson Correlation | .115 | .449* | .066 | .156 | 1 | .827** | .757** |
| | Sig. (2-tailed) | .584 | .024 | .755 | .456 | | .000 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_6 | Pearson Correlation | .219 | .589** | .109 | -.058 | .827** | 1 | .776** |
| | Sig. (2-tailed) | .293 | .002 | .605 | .783 | .000 | | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Total | Pearson Correlation | .634** | .743** | .454* | .231 | .757** | .776** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .023 | .267 | .000 | .000 | |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Pelayanan (X2)

Correlations

| | | Item_1 | Item_2 | Item_3 | Item_4 | Item_5 | Item_6 | Item_7 | Item_8 | |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Item_1 | Pearson Correlation | 1 | .043 | .263 | .388 | .307 | .396* | -.131 | -.091 | .418* |
| | Sig. (2-tailed) | | .839 | .204 | .055 | .136 | .050 | .533 | .665 | .038 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_2 | Pearson Correlation | .043 | 1 | .112 | .164 | .405* | .387 | .031 | .174 | .545** |
| | Sig. (2-tailed) | .839 | | .592 | .432 | .044 | .056 | .884 | .405 | .005 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_3 | Pearson Correlation | .263 | .112 | 1 | .000 | -.158 | .222 | -.064 | -.100 | .223 |
| | Sig. (2-tailed) | .204 | .592 | | 1.000 | .450 | .287 | .762 | .635 | .283 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_4 | Pearson Correlation | .388 | .164 | .000 | 1 | .345 | .089 | .067 | .239 | .500* |
| | Sig. (2-tailed) | .055 | .432 | 1.000 | | .091 | .671 | .751 | .250 | .011 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_5 | Pearson Correlation | .307 | .405* | -.158 | .345 | 1 | .601** | .478* | .590** | .796** |
| | Sig. (2-tailed) | .136 | .044 | .450 | .091 | | .001 | .016 | .002 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_6 | Pearson Correlation | .396* | .387 | .222 | .089 | .601** | 1 | .451* | .538** | .782** |
| | Sig. (2-tailed) | .050 | .056 | .287 | .671 | .001 | | .024 | .006 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_7 | Pearson Correlation | -.131 | .031 | -.064 | .067 | .478* | .451* | 1 | .783** | .592** |
| | Sig. (2-tailed) | .533 | .884 | .762 | .751 | .016 | .024 | | .000 | .002 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_8 | Pearson Correlation | -.091 | .174 | -.100 | .239 | .590** | .538** | .783** | 1 | .715** |
| | Sig. (2-tailed) | .665 | .405 | .635 | .250 | .002 | .006 | .000 | | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Total | Pearson Correlation | .418* | .545** | .223 | .500* | .796** | .782** | .592** | .715** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .038 | .005 | .283 | .011 | .000 | .000 | .002 | .000 | |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Validitas Keputusan (Y)

Correlations

| | | Item_1 | Item_2 | Item_3 | Item_4 | Item_5 | Item_6 | Total |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Item_1 | Pearson Correlation | 1 | .374 | .224 | .373 | .471* | .658** | .748** |
| | Sig. (2-tailed) | | .065 | .281 | .066 | .018 | .000 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_2 | Pearson Correlation | .374 | 1 | .124 | .260 | .288 | .345 | .628** |
| | Sig. (2-tailed) | .065 | | .555 | .210 | .162 | .091 | .001 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_3 | Pearson Correlation | .224 | .124 | 1 | .369 | .047 | .237 | .432* |
| | Sig. (2-tailed) | .281 | .555 | | .070 | .825 | .255 | .031 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_4 | Pearson Correlation | .373 | .260 | .369 | 1 | .361 | .551** | .689** |
| | Sig. (2-tailed) | .066 | .210 | .070 | | .076 | .004 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_5 | Pearson Correlation | .471* | .288 | .047 | .361 | 1 | .775** | .730** |
| | Sig. (2-tailed) | .018 | .162 | .825 | .076 | | .000 | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Item_6 | Pearson Correlation | .658** | .345 | .237 | .551** | .775** | 1 | .872** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .091 | .255 | .004 | .000 | | .000 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Total | Pearson Correlation | .748** | .628** | .432* | .689** | .730** | .872** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .031 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas Promosi

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .654 | 6 |

Hasil Uji Reabilitas Pelayanan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .654 | 6 |

Hasil Uji Reabilitas Keputusan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .773 | 6 |

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 25 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.67092349 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .107 |
| | Positive | .107 |
| | Negative | -.097 |
| Test Statistic | | .107 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | 1 | (Constant) | 3.399 | | | 4.972 | |
| | PROMOSI | -.148 | .198 | -.149 | -.745 | .464 | .689 | 1.452 |
| | PELAYANAN | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 | .689 | 1.452 |

a. Dependent Variable: KEPUTISAN

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

| | | | PROMOSI | PELAYANAN | Unstandardized Residual |
|----------------|-------------------------|-------------------------|---------|-----------|-------------------------|
| Spearman's rho | PROMOSI | Correlation Coefficient | 1.000 | .370 | .052 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .069 | .805 |
| | | N | 25 | 25 | 25 |
| | | | | | |
| | PELAYANAN | Correlation Coefficient | .370 | 1.000 | -.058 |
| | | Sig. (2-tailed) | .069 | . | .782 |
| | | N | 25 | 25 | 25 |
| | | | | | |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | .052 | -.058 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .805 | .782 | . |
| | | N | 25 | 25 | 25 |
| | | | | | |

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| | | 1 | (Constant) | 3.399 | | |

| | | | | | |
|----------|------|------|------|-------|------|
| PROMOSI | -148 | .198 | -149 | -745 | .464 |
| PELAYANA | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 |
| N | | | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .630 ^a | .397 | .342 | 2.790 |

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.399 | 4.972 | | .684 | .501 |
| | PROMOSI | -.148 | .198 | -.149 | -.745 | .464 |
| | PELAYANAN | .669 | .190 | .701 | 3.514 | .002 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 112.788 | 2 | 56.394 | 7.246 | .004 ^b |
| | Residual | 171.212 | 22 | 7.782 | | |
| | Total | 284.000 | 24 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI

Lampiran 5

Tabel r untuk df = 1-50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |

| | | | | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Titik Presentase Distribusi t (df = 1- 40)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| Df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 1 | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.8205 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

Tabel F untuk Propabilita = 0,10

| df untuk penyeb ut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | 4052 | 4999 | 5403 | 5625 | 5764 | 5859 | 5928 | 5981 | 6022 | 6056 | 6083 | 6106 | 6126 | 6143 | 6157 |
| 2 | 98.50 | 99.00 | 99.17 | 99.25 | 99.30 | 99.33 | 99.36 | 99.37 | 99.39 | 99.40 | 99.41 | 99.42 | 99.42 | 99.43 | 99.43 |
| 3 | 34.12 | 30.82 | 29.46 | 28.71 | 28.24 | 27.91 | 27.67 | 27.49 | 27.35 | 27.23 | 27.13 | 27.05 | 26.98 | 26.92 | 26.87 |
| 4 | 21.20 | 18.00 | 16.69 | 15.98 | 15.52 | 15.21 | 14.98 | 14.80 | 14.66 | 14.55 | 14.45 | 14.37 | 14.31 | 14.25 | 14.20 |
| 5 | 16.26 | 13.27 | 12.06 | 11.39 | 10.97 | 10.67 | 10.46 | 10.29 | 10.16 | 10.05 | 9.96 | 9.89 | 9.82 | 9.77 | 9.72 |
| 6 | 13.75 | 10.92 | 9.78 | 9.15 | 8.75 | 8.47 | 8.26 | 8.10 | 7.98 | 7.87 | 7.79 | 7.72 | 7.66 | 7.60 | 7.56 |
| 7 | 12.25 | 9.55 | 8.45 | 7.85 | 7.46 | 7.19 | 6.99 | 6.84 | 6.72 | 6.62 | 6.54 | 6.47 | 6.41 | 6.36 | 6.31 |
| 8 | 11.26 | 8.65 | 7.59 | 7.01 | 6.63 | 6.37 | 6.18 | 6.03 | 5.91 | 5.81 | 5.73 | 5.67 | 5.61 | 5.56 | 5.52 |
| 9 | 10.56 | 8.02 | 6.99 | 6.42 | 6.06 | 5.80 | 5.61 | 5.47 | 5.35 | 5.26 | 5.18 | 5.11 | 5.05 | 5.01 | 4.96 |
| 10 | 10.04 | 7.56 | 6.55 | 5.99 | 5.64 | 5.39 | 5.20 | 5.06 | 4.94 | 4.85 | 4.77 | 4.71 | 4.65 | 4.60 | 4.56 |
| 11 | 9.65 | 7.21 | 6.22 | 5.67 | 5.32 | 5.07 | 4.89 | 4.74 | 4.63 | 4.54 | 4.46 | 4.40 | 4.34 | 4.29 | 4.25 |
| 12 | 9.33 | 6.93 | 5.95 | 5.41 | 5.06 | 4.82 | 4.64 | 4.50 | 4.39 | 4.30 | 4.22 | 4.16 | 4.10 | 4.05 | 4.01 |
| 13 | 9.07 | 6.70 | 5.74 | 5.21 | 4.86 | 4.62 | 4.44 | 4.30 | 4.19 | 4.10 | 4.02 | 3.96 | 3.91 | 3.86 | 3.82 |
| 14 | 8.86 | 6.51 | 5.56 | 5.04 | 4.69 | 4.46 | 4.28 | 4.14 | 4.03 | 3.94 | 3.86 | 3.80 | 3.75 | 3.70 | 3.66 |
| 15 | 8.68 | 6.36 | 5.42 | 4.89 | 4.56 | 4.32 | 4.14 | 4.00 | 3.89 | 3.80 | 3.73 | 3.67 | 3.61 | 3.56 | 3.52 |
| 16 | 8.53 | 6.23 | 5.29 | 4.77 | 4.44 | 4.20 | 4.03 | 3.89 | 3.78 | 3.69 | 3.62 | 3.55 | 3.50 | 3.45 | 3.41 |
| 17 | 8.40 | 6.11 | 5.18 | 4.67 | 4.34 | 4.10 | 3.93 | 3.79 | 3.68 | 3.59 | 3.52 | 3.46 | 3.40 | 3.35 | 3.31 |
| 18 | 8.29 | 6.01 | 5.09 | 4.58 | 4.25 | 4.01 | 3.84 | 3.71 | 3.60 | 3.51 | 3.43 | 3.37 | 3.32 | 3.27 | 3.23 |
| 19 | 8.18 | 5.93 | 5.01 | 4.50 | 4.17 | 3.94 | 3.77 | 3.63 | 3.52 | 3.43 | 3.36 | 3.30 | 3.24 | 3.19 | 3.15 |
| 20 | 8.10 | 5.85 | 4.94 | 4.43 | 4.10 | 3.87 | 3.70 | 3.56 | 3.46 | 3.37 | 3.29 | 3.23 | 3.18 | 3.13 | 3.09 |
| 21 | 8.02 | 5.78 | 4.87 | 4.37 | 4.04 | 3.81 | 3.64 | 3.51 | 3.40 | 3.31 | 3.24 | 3.17 | 3.12 | 3.07 | 3.03 |
| 22 | 7.95 | 5.72 | 4.82 | 4.31 | 3.99 | 3.76 | 3.59 | 3.45 | 3.35 | 3.26 | 3.18 | 3.12 | 3.07 | 3.02 | 2.98 |
| 23 | 7.88 | 5.66 | 4.76 | 4.26 | 3.94 | 3.71 | 3.54 | 3.41 | 3.30 | 3.21 | 3.14 | 3.07 | 3.02 | 2.97 | 2.93 |
| 24 | 7.82 | 5.61 | 4.72 | 4.22 | 3.90 | 3.67 | 3.50 | 3.36 | 3.26 | 3.17 | 3.09 | 3.03 | 2.98 | 2.93 | 2.89 |
| 25 | 7.77 | 5.57 | 4.68 | 4.18 | 3.85 | 3.63 | 3.46 | 3.32 | 3.22 | 3.13 | 3.06 | 2.99 | 2.94 | 2.89 | 2.85 |
| 26 | 7.72 | 5.53 | 4.64 | 4.14 | 3.82 | 3.59 | 3.42 | 3.29 | 3.18 | 3.09 | 3.02 | 2.96 | 2.90 | 2.86 | 2.81 |
| 27 | 7.68 | 5.49 | 4.60 | 4.11 | 3.78 | 3.56 | 3.39 | 3.26 | 3.15 | 3.06 | 2.99 | 2.93 | 2.87 | 2.82 | 2.78 |
| 28 | 7.64 | 5.45 | 4.57 | 4.07 | 3.75 | 3.53 | 3.36 | 3.23 | 3.12 | 3.03 | 2.96 | 2.90 | 2.84 | 2.79 | 2.75 |
| 29 | 7.60 | 5.42 | 4.54 | 4.04 | 3.73 | 3.50 | 3.33 | 3.20 | 3.09 | 3.00 | 2.93 | 2.87 | 2.81 | 2.77 | 2.73 |
| 30 | 7.56 | 5.39 | 4.51 | 4.02 | 3.70 | 3.47 | 3.30 | 3.17 | 3.07 | 2.98 | 2.91 | 2.84 | 2.79 | 2.74 | 2.70 |
| 31 | 7.53 | 5.36 | 4.48 | 3.99 | 3.67 | 3.45 | 3.28 | 3.15 | 3.04 | 2.96 | 2.88 | 2.82 | 2.77 | 2.72 | 2.68 |
| 32 | 7.50 | 5.34 | 4.46 | 3.97 | 3.65 | 3.43 | 3.26 | 3.13 | 3.02 | 2.93 | 2.86 | 2.80 | 2.74 | 2.70 | 2.65 |
| 33 | 7.47 | 5.31 | 4.44 | 3.95 | 3.63 | 3.41 | 3.24 | 3.11 | 3.00 | 2.91 | 2.84 | 2.78 | 2.72 | 2.68 | 2.63 |
| 34 | 7.44 | 5.29 | 4.42 | 3.93 | 3.61 | 3.39 | 3.22 | 3.09 | 2.98 | 2.89 | 2.82 | 2.76 | 2.70 | 2.66 | 2.61 |
| 35 | 7.42 | 5.27 | 4.40 | 3.91 | 3.59 | 3.37 | 3.20 | 3.07 | 2.96 | 2.88 | 2.80 | 2.74 | 2.69 | 2.64 | 2.60 |
| 36 | 7.40 | 5.25 | 4.38 | 3.89 | 3.57 | 3.35 | 3.18 | 3.05 | 2.95 | 2.86 | 2.79 | 2.72 | 2.67 | 2.62 | 2.58 |
| 37 | 7.37 | 5.23 | 4.36 | 3.87 | 3.56 | 3.33 | 3.17 | 3.04 | 2.93 | 2.84 | 2.77 | 2.71 | 2.65 | 2.61 | 2.56 |
| 38 | 7.35 | 5.21 | 4.34 | 3.86 | 3.54 | 3.32 | 3.15 | 3.02 | 2.92 | 2.83 | 2.75 | 2.69 | 2.64 | 2.59 | 2.55 |
| 39 | 7.33 | 5.19 | 4.33 | 3.84 | 3.53 | 3.30 | 3.14 | 3.01 | 2.90 | 2.81 | 2.74 | 2.68 | 2.62 | 2.58 | 2.54 |
| 40 | 7.31 | 5.18 | 4.31 | 3.83 | 3.51 | 3.29 | 3.12 | 2.99 | 2.89 | 2.80 | 2.73 | 2.66 | 2.61 | 2.56 | 2.52 |
| 41 | 7.30 | 5.16 | 4.30 | 3.81 | 3.50 | 3.28 | 3.11 | 2.98 | 2.87 | 2.79 | 2.71 | 2.65 | 2.60 | 2.55 | 2.51 |
| 42 | 7.28 | 5.15 | 4.29 | 3.80 | 3.49 | 3.27 | 3.10 | 2.97 | 2.86 | 2.78 | 2.70 | 2.64 | 2.59 | 2.54 | 2.50 |
| 43 | 7.26 | 5.14 | 4.27 | 3.79 | 3.48 | 3.25 | 3.09 | 2.96 | 2.85 | 2.76 | 2.69 | 2.63 | 2.57 | 2.53 | 2.49 |

MARWAZI ADLANI - Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Kantor Pos di Kecamatan Muarasipongi

ORIGINALITY REPORT

48%

SIMILARITY INDEX

46%

INTERNET SOURCES

21%

PUBLICATIONS

25%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|--|----|
| 1 | etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source | 3% |
| 2 | Submitted to IAIN Padangsidimpuan Student Paper | 3% |
| 3 | repository.radenintan.ac.id Internet Source | 2% |
| 4 | eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source | 2% |
| 5 | eprints.walisongo.ac.id Internet Source | 2% |
| 6 | www.anaktoraja.com Internet Source | 2% |
| 7 | eprints.radenfatah.ac.id Internet Source | 2% |
| 8 | digilib.uinsby.ac.id Internet Source | 1% |
| | etheses.iainponorogo.ac.id | |

| | | |
|----|--|----|
| 9 | Internet Source | 1% |
| 10 | repository.ar-raniry.ac.id Internet Source | 1% |
| 11 | Submitted to Universitas Pamulang Student Paper | 1% |
| 12 | www.scribd.com Internet Source | 1% |
| 13 | repository.uin-suska.ac.id Internet Source | 1% |
| 14 | repositori.umsu.ac.id Internet Source | 1% |
| 15 | 123dok.com Internet Source | 1% |
| 16 | hankkuang.wordpress.com Internet Source | 1% |
| 17 | docplayer.info Internet Source | 1% |
| 18 | eprints.undip.ac.id Internet Source | 1% |
| 19 | es.scribd.com Internet Source | 1% |
| 20 | scholar.unand.ac.id Internet Source | 1% |

| | | |
|----|---|------|
| 21 | id.123dok.com Internet Source | 1 % |
| 22 | Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper | 1 % |
| 23 | Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper | 1 % |
| 24 | Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper | 1 % |
| 25 | repository.usu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 26 | repository.uinsu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 27 | Submitted to IAIN Kudus Student Paper | <1 % |
| 28 | jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source | <1 % |
| 29 | text-id.123dok.com Internet Source | <1 % |
| 30 | repository.upi.edu Internet Source | <1 % |
| 31 | Submitted to Binus University International Student Paper | <1 % |
| 32 | publikasiilmiah.ums.ac.id | |

| | | |
|----|---|------|
| 33 | Submitted to Kingston University Student Paper | <1 % |
| 34 | Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper | <1 % |
| 35 | hnur3850.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 36 | jikbodo.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 37 | jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source | <1 % |
| 38 | salehfaisal.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 39 | media.neliti.com Internet Source | <1 % |
| 40 | repository.uinbanten.ac.id Internet Source | <1 % |
| 41 | repository.uinjkt.ac.id Internet Source | <1 % |
| 42 | repository.usd.ac.id Internet Source | <1 % |
| 43 | Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper | |

| | | |
|----|---|------|
| 44 | eprints.uns.ac.id Internet Source | <1 % |
| 45 | pt.scribd.com Internet Source | <1 % |
| 46 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | <1 % |
| 47 | ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source | <1 % |
| 48 | journal.uir.ac.id Internet Source | <1 % |
| 49 | ejournal.bsi.ac.id Internet Source | <1 % |
| 50 | repository.isi-ska.ac.id Internet Source | <1 % |
| 51 | repository.uinjambi.ac.id Internet Source | <1 % |
| 52 | www.slideshare.net Internet Source | <1 % |
| 53 | e-journal.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source | <1 % |
| 54 | journal.uniga.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|--|------|
| | | <1 % |
| 55 | www.ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id Internet Source | <1 % |
| 56 | Yohanes Adi. "Pembuatan Aplikasi Kepuasan Pelanggan pada Bagian Humsar (Humas dan Pemasaran) di Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung dengan Menggunakan Metode Waterfall", Jurnal Ilmu Kesehatan Immanuel, 2021 Publication | <1 % |
| 57 | es.slideshare.net Internet Source | <1 % |
| 58 | repository.mercubuana.ac.id Internet Source | <1 % |
| 59 | journal.stiem.ac.id Internet Source | <1 % |
| 60 | repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source | <1 % |
| 61 | Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper | <1 % |
| 62 | e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source | <1 % |
| 63 | www.satupiston.com Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 64 | adoc.pub Internet Source | <1 % |
| 65 | www.coursehero.com Internet Source | <1 % |
| 66 | gurupinilih.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 67 | repository.unhas.ac.id Internet Source | <1 % |
| 68 | repository.unj.ac.id Internet Source | <1 % |
| 69 | journal.stieken.ac.id Internet Source | <1 % |
| 70 | jurnal.untan.ac.id Internet Source | <1 % |
| 71 | thesis.binus.ac.id Internet Source | <1 % |
| 72 | www.scilit.net Internet Source | <1 % |
| 73 | Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, harga dan nkualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020 Publication | <1 % |

| | | |
|----|--|------|
| 74 | id.scribd.com Internet Source | <1 % |
| 75 | repository.unpas.ac.id Internet Source | <1 % |
| 76 | simki.unpkediri.ac.id Internet Source | <1 % |
| 77 | www.neliti.com Internet Source | <1 % |
| 78 | Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper | <1 % |
| 79 | www.masabas.com Internet Source | <1 % |
| 80 | repository.iainkudus.ac.id Internet Source | <1 % |
| 81 | kpu-tangerangkab.go.id Internet Source | <1 % |
| 82 | jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source | <1 % |
| 83 | library.walisongo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 84 | repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source | <1 % |
| 85 | www.posindonesia.co.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|--|------|
| 86 | Ilma Mahdiya, Rohana Faridah. "IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS TERHADAP PELAYANAN PERMINTAAN INFORMASI DEBITUR INDIVIDUAL (IDI) HISTORIS PADA KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI KALIMANTAN SELATAN", At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 2019 Publication | <1 % |
| 87 | core.ac.uk Internet Source | <1 % |
| 88 | moam.info Internet Source | <1 % |
| 89 | muhsoni-dzaki.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 90 | silvyaputriani.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 91 | adoc.tips Internet Source | <1 % |
| 92 | dokumen.tips Internet Source | <1 % |
| 93 | journal.uny.ac.id Internet Source | <1 % |
| 94 | repositori.usu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 95 | www.journal.unrika.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|-----|--|-----|
| 96 | Submitted to IAIN Pontianak Student Paper | <1% |
| 97 | Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ELSA HIJAB SEMARANG", Solusi, 2019 Publication | <1% |
| 98 | johannessimatupang.wordpress.com Internet Source | <1% |
| 99 | jurnal.stietribhakti.ac.id Internet Source | <1% |
| 100 | lib.unnes.ac.id Internet Source | <1% |
| 101 | mariamlasyifa.wordpress.com Internet Source | <1% |
| 102 | repo.iainbukittinggi.ac.id Internet Source | <1% |
| 103 | riset.unisma.ac.id Internet Source | <1% |
| 104 | www.emje.net Internet Source | <1% |
| | zadoco.site | |

| | Internet Source | |
|-----|--|------|
| 105 | | <1 % |
| 106 | Kilapong G. Ester, Grace B. Nangoi, Stanly W. Alexander. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PAJAK DAN PENGETAHUAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI KELURAHAN KLEAK KECAMATAN MALALAYANG KOTA MANADO", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017 Publication | <1 % |
| 107 | isa7695.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 108 | journal.trunojoyo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 109 | jurnal.unmas.ac.id Internet Source | <1 % |
| 110 | jurnalakuntansipolines.com Internet Source | <1 % |
| 111 | pesonawisata-eph.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 112 | www.rezapoetra.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 113 | Sulaiman Sulaiman, Laila Nurfitriah Lubis, Rizky Aditya. "ANALISIS PENGARUH PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU MELALUI | <1 % |

SISTEM ZONASI TERHADAP PRESTASI
BELAJAR", Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila
dan Kewarganegaraan), 2021

Publication

114 Yeni Saarce Magdalena Lantu, Rosalina A.M.
Koleangan, Tri Oldy Rotinsulu. "PENGARUH
BELANJA PEMERINTAH TERHADAP
PERTUMBUHAN EKONOMI DAN
PENGENTASAN KEMISKINAN DI KOTA
BITUNG", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI
DAN KEUANGAN DAERAH, 2019

Publication

115 Luki Natika, Nuraida Nuraida. "Kinerja Bidang
Izin Mendirikan Bangunan di Kantor
Kecamatan Subang Kabupaten Subang", The
World of Public Administration Journal, 2020

Publication

116 Nurul Hatiana, Aliah Pratiwi. "Pengaruh Dana
Pihak ketiga dan Suku Bunga terhadap
Profitabilitas pada PT. Bank Mega TBK",
Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020

Publication

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off