



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP PELAYANAN JASA PADA
PT. POS INDONESIA NANGGARJATI
HUTAPADANG KECAMATAN
ARSE**

SKRIPSI

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

Oleh:

RIKA RANI SIHOMBING
NIM. 17 402 00131

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP PELAYANAN JASA PADA
PT. POS INDONESIA NANGGARJATI
HUTAPADANG KECAMATAN
ARSE**

SKRIPSI

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

Oleh:

RIKA RANI SIHOMBING
NIM. 17 402 00131

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

**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**

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Rika Rani Sihombing**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 22 November 2021

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Rika Rani Sihombing** yang berjudul "**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Rika Rani Sihombing**
NIM : 17 402 00131
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

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

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

Padangsidempuan, 28 September 2021

Saya yang Menyatakan,



RIKA RANI SIHOMBING
NIM. 17 402 00131

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

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

Nama : Rika Rani Sihombing
NIM : 17 402 00131
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "**Analisis tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse**".

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

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 28 September 2021

Yang menyatakan,



**RIKA RANI SIHOMBING
NIM. 17 402 00131**



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


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : RIKA RANI SIHOMBING
NIM : 17 402 00131
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

Ketua

Sekretaris



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

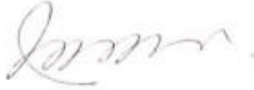

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota


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


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001


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 / 05 Oktober 2021
Pukul : 14.00 - 16.30 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 69 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,62
Predikat : Pujian



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

JalanTengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN JASA PADA PT. POS INDONEISA
NANGGARJATI HUTAPADANG KECAMATAN ARSE.**

**NAMA : RIKA RANI SIHOMBING
NIM : 17 402 00131**

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

Padangsidimpuan, 25 November 2021
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Rika Rani Sihombing

NIM : 17 402 00131

Judul Skripsi: Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang, Kecamatan Arse, dimana banyaknya jumlah perusahaan yang beredar dibidang pengiriman barang dan jasa. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse.

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen itu sendiri sebagai pengguna pelayanan jasa kantor pos Nanggarjati Hutapadang yang berada di Kecamatan Arse, Kabupaten Tapanuli Selatan. Dengan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif . Metode penelitian ini menggunakan wawancara, angket dan dokumentasi dengan jumlah responden 91 pelanggan PT. Pos Nanggarjati dengan menggunakan analisis uji validitas, uji reabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji linear, uji koefisien determinasi R^2 , uji t dan uji regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan, dalam uji t diketahui t_{hitung} sebesar 8,595 dan t_{tabel} sebesar 1,986, dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,754 yang artinya antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang memiliki hubungan yang kuat.

Kata Kunci: kepuasan, Pelanggan, Pelayanan

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang**”, disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H.

Sumper MuliaHarahap M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I.,M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarah, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda Pirkon Sihombing dan Ibunda Roini Siregar, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moral dan materi

sertadoa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada kakak perempuan saya Karmila Sihombing dan Kedua adik saya Partahian sihombing dan Saida Sihombing serta keponakan saya Muhammad Ali Hasibuan yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

8. Kepada sahabat dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Santi indah Ramadhani Lubis, Yulia Safitri Nasution, Jummira Yanti Hasibuan, Adhe Nova Pratiwi, Risna Wati Siregar, Harianto Siregar, Benni Yanmar Simamora, Filtra Wahyudi Koto dan semua yang ada di kos RNR . Dan demikian juga Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah-2 Angkatan 2017 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Oktober2021
Peneliti,

RIKA RANI SIHOMBING
NIM. 17 402 00131

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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



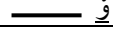
Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	H	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ya
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

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

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dan i
و.....	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah 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</i> dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ى...ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	ī	I dan garis di bawah
...وُ	<i>Dommah</i> dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup, yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati, yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (*Tasydid*)

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

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﻻ. 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 adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

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

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 yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB 11 LANDASAN TEORI

1. Kerangka Teori	12
a. Kualitas Pelayanan	12
b. Kepuasan Pelanggan	19
c. Macam-Macam Kepuasan.....	22
d. Pengertian Pelanggan	23
e. Cara-Cara Membuat Pelanggan Berminat	25
f. Jenis-Jenis Pelanggan.....	26
g. Klasifikas Pelanggan.....	28
h. Pengertian Kepuasan Pelanggan	29
2. Penelitian Terdahulu	32
3. KerangkaPikir	35
4. Hipotesis	36

BAB 111 METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
2. Jenis Penelitian	37
3. Populasi dan Sampel	37
4. Instrumen pengumpulan data	39
a. wawancara.....	39
b. Angket	40
c. Dokumentasi	41
5. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	
a. Uji Validitas	41
b. Uji Reabilitas.....	42
6. Analisis Data	
a. Analisis Deskriptif	43
b. Uji Normalitas	43
c. Uji Linearitas	43
d. Uji Koefisien Determinasi	44
e. Uji Hipotesis (Uji t).....	45
f. Uji Regresi Linear sederhana	46

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	48
1. Sejarah singkat PT. Pos Indonesia.....	48
2. Uraian pekerjaan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang	49
B. Produk dan Layanan	50
1. Surat dan Paket	50
2. Jasa Keuangan	51
3. Ritel.....	52
C. Hasil Analisis Data	53
D. Pembahasan Hasil Analisis Data	61
E. Keterbatasan Penelitian	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	: Penetapan Skor Alternatif	40
Tabel 3.2	: Kisi-Kisi Kuesioner	41
Tabel 3.1	: Hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan	53
Tabel 3.2	: Hasil Uji Validitas Kepuasan pelanggan	54
Tabel 3.3	: Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 3.4	: Hasil Analisis Deskriptif.....	56
Tabel 3.5	: Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 3.6	: Hasil Uji Linearitas.....	57
Tabel 3.7	: Hasil Uji Determinasi	58
Tabel 3.8	: Hasil Uji t.....	59
Tabel 3.9	: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kerangka Fikir	36
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Surat Validasi Angket

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Data Responden

Lampiran 5 : Kualitas pelayanan

Lampiran 6 : Kepuasan Pelanggan

Lampiran 7 : Dokumentasi

Lampiran 8 : Permohonan Surat Riset

Lampiran 9 : Balasan Surat Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

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

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dan karyawan. Sebuah PT. Pos Indonesia harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan yang diinginkan oleh pelanggannya. Jasa pelayanan ini juga harus efektif dalam memenangkan persaingan. Kunci keberhasilan sebuah perusahaan jasa terletak pada penambahan pelayanan yang menambah nilai dan meningkatkan kualitasnya.

¹Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, Ed1, Cet. 1, 2005), hlm.235.

Kualitas merupakan pertaruhan bagi reputasi perusahaan yang menyediakan layanan tertentu kepada consume baik berupa barang atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.²Pelayanan yang baik harus selalu berorientasi kepada kebutuhan pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industri, dan perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

PT. Pos Indonesia (persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usahanya, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tersebut,

²Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), hal. 11-12.

diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya dan harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat.

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

Keharusan memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen ternyata juga menjadi suatu kewajiban yang harus dipenuhi penyedia jasa pelayanan dan hal itu diatur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Kewajiban menjadikan staf pelayanan mampu memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen juga merupakan tuntutan yang tidak mudah untuk dipenuhi, apabila suatu jasa pelayanan tidak dengan segera merintisnya. Pada

dasarnya kepuasan adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk, setelah pengunjung mendapatkan atau menggunakan layanan. Kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja dan pelayanan yang diterima dengan kinerja dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan merupakan hal yang utama.³

Menurut Kotler dan Keller kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴ Definisi ini memberikan arti bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan kepada pemuasan kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses pertukaran. dan kualitas merupakan pertaruhan bagi reputasi perusahaan yang menyediakan layanan tertentu kepada konsumen baik berupa barang atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat.⁵ Dalam hal ini pertukaran yang dimaksud adalah barang dan jasa, serta uang dan tenaga. Kegiatan pemasaran melibatkan dua pihak yang saling berinteraksi, dimana pihak yang satu menginginkan kepuasan, sedangkan pihak yang lainnya ingin memperoleh laba. Pihak-pihak yang dimaksud adalah produsen dan

³Rodame Monitorir, Winda Hartati Harahap, and Ikhwanuddin Harahap, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 4 No.2, hal. 287-288.

⁴Philip Kotler & Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1, New Jersey*. (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 143.

⁵Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2019), hal. 11-12

konsumen. Produsen menciptakan barang atau jasa sedangkan konsumen adalah pihak yang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk dipenuhi. Jadi disebabkan karena adanya kepentingan dari masing-masing pihak, maka timbullah yang disebut pertukaran atau arus perpindahan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan dicapai apabila ia memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan di harapkan. Oleh karena itu dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan masyarakat, keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004 mengamanatkan agar setiap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei indeks kepuasan masyarakat. Penyusunan indeks kepuasan masyarakat berpedoman pada keputusan menteri Negara pendayagunaan aparatur Negara KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang pedoman umum penyusunan indeks. Kepuasan masyarakat ini selanjutnya akan dibandingkan dengan kinerja aktualnya sehingga dari sini akan diperoleh indeks kepuasan masyarakat yang mencerminkan pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

PT. Pos Indonesia (Persero) Nanggarjati Hutapadang merupakan salah satu perusahaan yang beroperasi dibidang pengiriman barang dan jasa yang terletak di Jl. Simangambat, Nanggarjati Hutapadang, Kecamatan Arse, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara, Kode Pos 22747. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang juga harus menjaga kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan,

memperbanyak produk, supaya pelanggan tetap loyal terhadap kantor Pos Nanggarjati Hutapadang.

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu pelanggan dengan saudari Ermila yang ada di PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang pada hari minggu pukul 13:45 wib, bahwa kualitas pelayanannya kurang bagus, dimana saat melakukan transaksi pelayanan terjadi perbedaan pelanggan dan pada hari-hari tertentu pelayanan yang mereka berikan kurang maksimal.⁶ Kepuasan pelanggan bisa dilihat dari bagaimana pelanggan menggunakan pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang disediakan akan membuat pelanggan merasa lebih puas dalam menerima jasa yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan oleh karena itu pelanggan harus dilayani sebaik-baiknya.

Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Pelayanan dibagian *costumer service* hanya ada 2 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebanyak 25 orang per hari ke *costumer service*. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 2 di *costumer service* menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 10 menit hingga 20 menit untuk bertemu. Observasi merupakan proses yang menghimpun kesatuan dan

⁶Ermila, Wawancara pelanggan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang, tanggal 20 maret 2021, pukul 13.45 WIB

suatu proses yang tersusun dari beberapa proses biologis dan psikologis, berupa proses-proses pengamatan dan ingatan.⁷

Beberapa temuan lain terkait pelayanan adalah sistem pengantrian di loket. Pasalnya, saat para pelanggan melakukan transaksi harus mengantri sepanjang 10 orang hingga 20 orang dengan berdiri dan duduk dikarenakan tidak adanya sistem nomor antrian pada loket. Selain itu, tidak bisa dipungkiri juga bahwa banyak jasa pengiriman lain seperti JNE, J&T yang muncul sebagai pesaing bagi Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang ini. Bahkan sekarang lebih banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman lain daripada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang, bisa saja karena ketentuan waktu pengiriman atau harga pengiriman paket dan dokumen yang dikirim.

Pemasaran juga merupakan kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem keseluruhan. Dikatakan sebagai suatu keseluruhan, karena pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan harga yang sesuai, menentukan cara-cara promosi yang tepat dan pola distribusi produk yang efektif. Kepuasan bisa dilihat dari bagaimana pelanggan menggunakan pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang membuat pelanggan merasa senang akan meningkatkan status perusahaan. Pelanggan merupakan raja dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pelanggan harus dilayani dengan sebaik-

⁷Sugiyono, Metode penelitian kualitatif & kuantitatif dan R&D (Bandung, Alfabet CV, 2017), hal. 203

baiknya. Sehubungan dengan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. POS Indonesia Nanggarjati Hutapadang**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah Pelayanan yang kurang maksimal di PT.Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse, ketatnya persaingan antar perusahaan jasa pelayanan pengiriman, banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang muncul sebagai pesaing bagi PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas,peneliti akan membatasi penelitian ini. Adapun batasan masalah masalah dalam penelitian ini adalah hanya membahas tentang kepuasan pelanggan yang menjadi tolak ukur kualitas pelayanan jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (Y), dan kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 1.1
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
	Kualitas pelayanan adalah derajat	- Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	

Kualitas pelayanan (Y)	yang dicapai oleh karakteristik yang interen dalam memenuhi persyaratan. Sedangkan pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.	-Keandalan (<i>Reability</i>) -Dayatanggap (<i>Responsiveness</i>) -Jaminan (<i>Asurance</i>) -Empati (<i>Empathy</i>)	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (X)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, maka nasabah merasa kecewa.	-Kualitas Produk -Kualitas Pelayanan -Emosional - Harga - Biaya	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah, maka rumusan dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang.

G. Kegunaan Penelitian

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

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

H. Sistematika Pembahasan

Untuk membantu peneliti dalam menyusun proposal ini, maka penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II Landasan teori, yaitu yang berisi kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian, yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data, dan analisa data.

BAB IV Hasil penelitian yang dilakukan dengan uji validitas dan reabilitas, uji normalitas, uji heteroskiditas, uji autokolerasi, uji t, dan analisis regresi sederhana.

BAB V Penutup, terdiri dari kesimpulan peneliti terhadap realita dilapangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Kerangka Teori

a. Kualitas pelayanan

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya.⁸

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan merupakan cara penyampaian jasa, karena jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya.⁹

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan perborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan konsumen, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan

⁸Kamaruddinselling, dkk, *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Public*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hal. 18.

⁹Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 29.

hasil dan meningkatkan utilitas kapasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa. Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu jasa.¹⁰

Secara sederhana, istilah *service* (pelayanan) mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain“. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.¹¹

terdapat lima dimensi *ServQual* (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu¹² :

- 1) *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

¹⁰M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2-3.

¹¹Fandy Tjiptono, hlm. 1.


¹² Hardiansyah, *Kualitas pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan implementasinya*, (Yogyakarta: Grava Media, 2011), hal. 45

- 2) *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.¹³

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

¹³Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3* (Yogyakarta : Andi Offset, 2011), hlm. 198.

وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفِقُوا ۖ آمَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 فِقُونَ مِنْهُ ۖ الْخَبِيثَاتُ يَمَّمُوا ۖ وَلَا الْأَرْضُ مِنْ لَكُمْ ۖ أَخْرَجْنَا
 نَبِيَّ اللَّهِ أَنْ سَاءَ عِلْمُ مَا فِيهِ تَغْمِضُوا ۖ أَنْ إِلَّا بَأْسًا خَذِيهٍ وَلَسْتُمْ تَذُنُّ

حَمِيدٌ 

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketauhilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”.¹⁴

“Tafsi ayat di atas menjelaskan atau menguraikan nafkah yang diberikan serta sifat nafkah tersebut. yang pertama yaitu bahwa yang dinafkahkan hendaknya yang *baik-baik*. Tetapi tidak harus semua dinafkahkan, cukup sebagian saja. Ada yang berbentuk wajib dan ada juga yang anjuran. Kemudian menjelaskan bahwa yang dinafkahkan itu adalah dari *hasil usaha kamu*, dan dari apa yang Allah keluarkan dari bumi. Dan ayat ini juga mengingatkan para pemberi nafkah agar menempatkan diri pada tempat orang yang beriman, dan mengingatkan bahwa Allah maha kaya dan akan memberi ganjaran terhadap hamba-hamba-Nya yang bersedekah”.¹⁵

¹⁴Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Baandung: PT. SyaamilCipta Media, 2005), 45

¹⁵Quraish Shihab, *Tafsir Al- Misbah, pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, (Ciputat: Lentera Hati, 2000), hal. 699-700.

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan karena dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas maka pelanggan akan menunjukkan kelayalannya terhadap perusahaan dan akan terus menggunakan jasa perusahaan dan hal tersebut sesuai dengan prinsip islam.

Dimensi keandalan yang berkenan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Imran Ayat 159 juga dijelaskan, yaitu:¹⁶

الْقَلْبِ غَلِيظًا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ^ط لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
الْأَمْْرِ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُمْ فَأَعْفُ حَوْلَكَ مِنْ لَأَنْفَضُوا^ط

¹⁶Departemen Agama RI, *Al- Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2008), hal. 309.

الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمَتْ فَإِذَا

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

“Berdasarkan tafsir ayat tersebut diarahkan untuk bersikap lemah lembut, Khususnya mereka yang melakukan kesalahan dan pelanggaran. Apabila engkau telah melakukan ha-hal diatas dan membulatkan tekad maka laksanakanlah sambil bertawakkal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹⁷

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan melayani pelanggan dengan lemah lembut dan penuh perhatian dan memberikan apa yang pelanggan harapkan. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri PAN Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003, yang kemudian

¹⁷Quraish Shihab, *Tafsir Al- Misbah, pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*. hal. 241-

dikembangkan menjadi 14 unsur yang "relevan", "valid" dan "reliabel", sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan pelayanan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan pelayanan.
- b. Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan.
- c. Kejelasan petugas pelayanan, kepastian petugas yang memberikan pelayanan.
- d. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan.
- e. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan tanggung jawab petugas dalam pelayanan.
- f. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan petugas dalam memberikan pelayanan.
- g. Kecepatan pelayanan, yaitu pelayanan diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.
- h. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelayanan tidak membedakan status yang dilayani.
- i. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas sopan dan ramah.
- j. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan biaya yang ditetapkan oleh pelayanan.

- k. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
- l. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan.
- m. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan memberikan rasa nyaman.
- n. Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan.

b. Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.¹⁸ Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.¹⁹ Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

¹⁸Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, hlm. 292.

¹⁹Philip Kotler & Kevin Lane Keller, hlm. 138-139.

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

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

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau.

Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Intinya kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harapan konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan konsumen.²⁰ Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif dengan harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

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

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi

²⁰Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hal. 32.

lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.²¹ Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

c. Macam-macam kepuasan

Kepuasan dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Kepuasan Fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari suatu produk yang dimanfaatkan.
2. Kepuasan Psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.²²

Pengukuran konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen. Ada enam konsep inti mengenai obyek pengukuran, sebagai berikut:

- a) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall Customer Satisfaction*). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan

²¹Cholid Narbuko and Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 128.

²²Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: Aditya Media, 2019), hal. 60.

membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

- b) Konfirmasi harapan. Kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/tidak kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- c) Minat pengiriman ulang. Minat pengiriman ulang kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan melakukan pengiriman atau menggunakan jasa perusahaan lain.

d. Pengertian Pelanggan

Secara alamiah manusia harus memenuhi semua kebutuhannya dengan cara membeli maupu menukar barang atau jasa yang diinginkan. Maka dari itu terciptalah manusia sebagai pembeli yang dalam dunia bisnis disebut sebagai pelanggan. Pelanggan melakukan transaksi dalam rangka memenuhi semua kebutuhannya. Secara umum, pelanggan dapat diartikan dengan orang yang membeli produk/jasa secara terus menerus. Pelanggan datang dengan satu harapan untuk mendapat perlakuan yang menyenangkan dan pelanggan mengharapkan dilayani dengan kompeten dan mengetahui apa yang mereka inginkan dan mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi.

Terdapat beberapa defenisi tentang pelanggan, yaitu: ²³

- 1) Pelanggan adalah orang atau lembaga yang membeli barang jasa secara rutin atau berulang-ulang karena barang atau jasa yang dibeli mempunyai manfaat.
- 2) Pelanggan adalah seseorang yang melakukan pembelian suatu produk dan melakukan interaksi pada periode waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Pelanggan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menggunakan produk barang atau jasa pada periode dan waktu tertentu secara tetap dan berkala.²⁴

Dari pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah individu yang melakukan pembelian dan menggunakan produk/jasa untuk memenuhi kebutuhannya serta merupakan individu yang melakukan interaksi dengan organisasi sehingga penting untuk dilayani dengan sebaik-baiknya. Pelanggan merupakan salah satu hal yang paling penting dalam suatu perusahaan karena pelanggan yang akan membeli produk dari perusahaan itu sendiri. Tanpa pelanggan, maka perusahaan tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama karena pelanggan yang memberikan penghasilan serta keuntungan bagi perusahaan. Maka dari itu pelanggan harus diusahakan, dipelihara, serta ditingkatkan jumlahnya.

²³Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, hal. 64.

²⁴Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara abadi, 2021, hal. 1.

e. Cara-cara Membuat pelanggan Berminat

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan harus berusaha keras dan harus mengeluarkan biaya tinggi dalam usahanya dalam merebut kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan bersifat dinamis. Oleh karena itu tantangan besar bagi setiap perusahaan dalam mencari terobosan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan secara konsisten. Agar pelanggan tidak kabur dari perusahaan kita perlu dicarikan jalan keluarnya. Cara-cara mengatasi tersebut harus dilihat dari masalah-masalah yang pernah dipenuhi. Cara lain dengan mempelajari pengalaman perusahaan lain terhadap berbagai kasus yang dialami, baik oleh kita sendiri maupun perusahaan lain.²⁵

Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan agar pelanggan berminat berurusan dengan perusahaan secara keseluruhan, yaitu:

- a) Karyawan harus menarik baik dari segi penampilan, gaya bicara, maupun gerak-geriknya sehingga tidak membosankan.
- b) Cepat tanggap terhadap keinginan pelanggan dan cepat mengerjakan atau melayani pelanggan.
- c) Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga begitu pelanggan masuk dapat merasakannya.
- d) Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan pelanggan.

²⁵Hermanu Iriawan, *Manajemen Merek Dan Kepuasan Pelanggan*, (Bojong Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021). hal. 65

f. Jenis- Jenis Pelanggan

Pentingnya pelanggan bagi suatu perusahaan, maka perusahaan harus berusaha untuk menciptakan strategi yang dapat memuaskan pelanggan. Strategi akan berhasil apabila diterapkan pada pelanggan yang tepat, maka dari itu perusahaan harus mengenal dan mengetahui jenis pelanggan mereka. Setiap pelanggan memerlukan layanan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dapat membantu petugas layanan dalam memberikan produk layanan yang tepat bagi setiap pelanggan. Layanan yang diberikan petugas tidak selalu sesuai dengan harapan pelanggan yang menimbulkan sengketa antara pemberi layanan dan penerima layanan.²⁶

Pelanggan dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu:²⁷

- 1) Pelanggan Internal adalah pelanggan yang masih mempunyai tahap selanjutnya setelah mendapatkan barang dari pihak penjual. Pelanggan akan bekerja untuk menawarkan barang tersebut kepada orang lain.
- 2) Pelanggan Eksternal adalah seseorang yang berada di luar pemasaran dan hanya menerima produk atau barang tersebut untuk digunakan sendiri sendiri. Pelanggan ini juga merangkap sebagai konsumen, perbedaannya ialah ia membeli barang secara berkelanjutan pada penjual atau

²⁶Armida Silvia Asriel, *Manajemen Kantor*, (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 99.

²⁷Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*, hal. 3.

tempat yang sama. Juga sebagai pembeli atau pemakai akhir, yang sering disebut sebagai pelanggan yang nyata (*real customer*).

- 3) Pelanggan perantara adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Pelanggan Internal yaitu atasan, pegawai unit lainnya yang terdapat dalam instansi tersebut, dalam rangka menunjang pimpinan birokrasi mencapai misinya sebagaimana yang telah ditetapkan, sedangkan pelanggan perantara yaitu pelanggan yang berada di antara produsen dan konsumen, dan Pelanggan Eksternal yaitu pelanggan pemakai hasil produksi. Pelanggan dapat diartikan sebagai pelanggan atau pengguna tetap, tetapi secara luas dapat diartikan pula bahwa pelanggan adalah siapa saja yang membutuhkan produk/jasa dari instansi/organisasi, baik pelanggan, agen maupun bukan.

Supranto mengemukakan berbagai tipe pelanggan yaitu “Pelanggan bisa dari luar organisasi (pembeli, sebagai pelanggan luas) atau dari unit departemen /bagian, dalam suatu organisasi (unit produksi, pelanggan unit pembelian bahan mentah, unit penjualan, pelanggan unit produksi).

Dari uraian diatas, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa terdapat dua jenis pelanggan, yaitu pelanggan internal (pegawai

atau seluruh unit/bagian dalam organisasi/perusahaan) dan pelanggan eksternal (pelanggan luas yang membutuhkan dan membeli produk /jasa dari organisasi/perusahaan).

g. Klasifikasi Pelanggan

Klasifikasi pelanggan adalah kegiatan menggolongkan atau mengelompokkan pelanggan berdasarkan jenis atau kriteria tertentu. Dengan menunjukkan kepedulian terhadap persepsi pelaku usaha. Melalui komunikasi yang baik, penjelasan dapat disampaikan kepada konsumen dengan etika yang sesuai. Oleh sebab itu diperlukan klasifikasi pelanggan untuk memudahkan penanganan keluhan atau respon konsumen.²⁸ Tujuan klasifikasi pelanggan dilakukan untuk mempermudah pengidentifikasian pelanggan, baik itu pelanggan perorangan, organisasi maupun sebagai instansi yang utuh. Organisasi layanan biasa menyebut orang-orang yang mereka layani dengan berbagai istilah, seperti klien, pelanggan (patron), siswa, pembaca, pengunjung, dan tamu.²⁹

Klasifikasi pelanggan meliputi:

3. Kelompok sosial, meliputi sosial umum dan sosial khusus
4. Kelompok non niaga, meliputi rumah tangga, sekolah, instansi pemerintah.

²⁸Rolyana Ferinia, dkk, *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 182.

²⁹Zaid, *Ekuitas dan Advokasi Pelanggan*, (Jawa Timur: Academia Publication, 2021), hal. 31.

5. Kelompok niaga, meliputi niaga kecil, menengah dan niaga besar.
6. Kelompok industri, meliputi industri kecil, menengah dan niaga industri besar.³⁰

h. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pencapaian proses kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang sederhana, namun terkadang juga rumit dan kompleks. Untuk itu sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ada baiknya mengetahui berbagai macam alasan yang menyebabkan seseorang merasa puas setelah menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Kemudian dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan baik dari segi kinerja dan SDM yang dimiliki. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian atau kesetiaan yang berlanjut.³¹

Ricard L. Oliver dalam Tjiptono dan Diana menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya.³²

³⁰Candrianto, *Kepuasan pelanggan Suatu Pengantar* hal. 3-4

³¹Awaluddin Setya dan Ni Nyoman Marleni, *Survei Kepuasan pelanggan PDAM Kota Balikpapan*, (Magelang: UNIMMA PRESS, 2018), hal. 1

³²Fandy Tjiptono and Diana Anastasya, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hal. 6.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon seseorang/pelanggan dengan membandingkan kenyataan atau hasil produk/jasa yang telah diterimanya, dengan harapan atau ekspektasinya terhadap produk/jasa tersebut. Semakin besar hasil yang dirasakan daripada harapannya, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Oleh karena itu, mempertahankan Pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima indikator utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: ³³

1. Kualitas produk

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

2. Kualitas pelayanan

³³Tjiptono, Fandi dan Anastasya Diana, *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta: 2003), hal 35-37.

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

3. Emosional

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

4. Harga

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

5. Biaya

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

2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Variabel	Hasil penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Siti Aminah, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan 2013 (Skripsi)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.	Hasil pengujian koefisien determinasi (R ²) menunjukkan bahwa angka Adjusted R ² atau determinasi sebesar 0,614 berarti variable bebas (bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) mampu menjelaskan terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,4 % dan sisanya 38,4 % dipengaruhi oleh variable yang tidak diikuti.	Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal sedangkan penulis pengaruh kualitas pelanggan terhadap kepuasan nasabah	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah)
2	Kiki Mariani Harahap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Insitut Agama Islam Negeri	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos padangsidi mpuan	Hasil pengujian koefisien determinasi (R ²) menunjukkan bahwa angka Adjusted R ² atau determinasi sebesar 0,554 berarti variable bebas mampu menjelaskan terhadap variable	Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor Pos Padangsidim puan.	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat

	Padangsi dimpuan (Skripsi)		terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 55,4 % dan sisanya 44,6 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diikiti.		(kepuasan nasabah)
3	Fitri Yanti Lubis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsi dimpuan (Skripsi)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Pegadaian syariah cabang Halaman bolak Padangsidimpuan.	Hasil pengujian koefisien determinasi (R ²) menunjukkan bahwa angka Adjusted R ² atau determinasi sebesar 0,338 berarti variable bebas mampu menjelaskan terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 38,8 % dan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diikiti.	Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Pegadaian syariah cabang Halaman bolak Padangsidimpuan.	Sama-sama meneliti kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan nasabah)
4	Khoirun Nisa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (Skripsi)	Pengaruh Kepuasan Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo	Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo.	Variabel X penelitiannya kepuasan pelayanan, lokasi dan harga. Sedangkan dalam penelitian ini kepuasan pelayanan dan lokasi. Kemudian, studi kasus penelitian yang dilakukan juga berbeda,	Terdapat kesamaan pada variabel kualitas pelayanan. Selain itu variabel Y dalam penelitian Khoirunnisa dan penelitian ini sama, yaitu Kepuasan pelanggan.

				yang mana pada penelitian ini berada di PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan	
5	Muhammad Hafiz Zakaria Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Dian Nuswantoro (Jurnal)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Wilayah Semarang	Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) secara positif dan signifikan.	Variabel penelitian Muhammad Hafiz Zakaria terdapat kualitas produk, sedangkan penelitian ini tidak terdapat kualitas produk. Studi kasus dalam penelitian ini PT. Pos Indonesia KCP Panyabungan . Sedangkan pada penelitian Muhammad Hafiz Zakaria berada pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Wilayah Semarang	Persamaan yang terletak pada variabel Kualitas pelayanan serta Kepuasan pelanggan

3. Kerangka Pikir

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

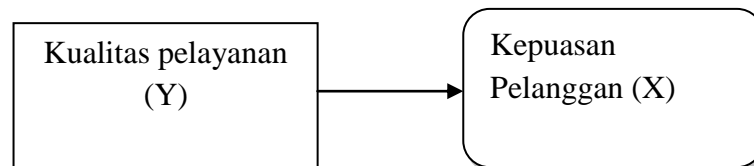
Jika PT. pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme pelayanan, maka kepuasan nasabah lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan konsumen untuk merasa puas dengan pelayanan PT. pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang akan lebih mendekati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

Pelanggan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan konsumen setelah mengevaluasi suatu produk dengan pelayanan yang diterimanya.³⁴ Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan konsumen tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya. Secara

³⁴ Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm.13.

sistematik, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1
Bagan Kerangka Pikir



4. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ho: Tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang.
- b. Ha: Terdapat pengaruhkepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih di PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Juni 2021 sampai Agustus 2021.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjaga pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain.³⁵

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasilah peneliti dapat menentukan data yang diperlukan. Adapun yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang dengan jumlah populasi 351 orang.

³⁵ Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka..., 2004), hlm.13.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut³⁶. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut dengan jumlah 955 orang.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat error (batas toleransi kesalahan)

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

$$n = \frac{955}{1 + 955(0,1^2)}$$

$$n = \frac{955}{10,55}$$

n = 90,5 dibulatkan menjadi 91 pelanggan.

berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 91 orang.

Berdasarkan jumlah populasi yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang, maka penarikan sampel yang di

³⁶M . Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 99.

gunakan oleh peneliti adalah *simple sampling random*. Metode penarikan sampel secara acak sederhana merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang sesungguhnya menjadi objek penelitian tersebut. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebahagian pelanggan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang.³⁷

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.³⁸ Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh, lalu diolah oleh peneliti langsung dari sumber asli atau responden.³⁹ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Tanya jawab

³⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 161

³⁸ Muhammad., hlm. 59.

³⁹ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm. 76.

dilakukan dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.⁴⁰

b. Angket

Angket adalah pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis secara sistematis. Pertanyaan secara sistematis tersebut kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.⁴¹

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

Adapun kuesioner yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan alternatif jawaban sebagai berikut.

Tabel 3.1
Penetapan Skor Alternative atas jawaban kuesioner

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

⁴⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 126.

⁴¹ Burhan Bungin., hlm. 123.

Adapun indikator pernyataan pada kuesioner mengenai Kualitas Pelayanan (Y) Kepuasan Pelanggan (X) yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan	
			Positif	Negatif
1	Kualitas Pelayanan (Y)	a. <i>Tangibel</i>	1, 2	-
		b. <i>Reability</i>	3, 4	
		c. <i>Resvonsivene ss</i>	5, 6	
		d. <i>Assurance</i>	7, 8	
		e. <i>Emphaty</i>	9, 10	
2	Kepuasan Pelanggan (X)	a. Kualitas Produk	1, 2	-
		b. Kualitas Pelayanan	3, 4	
		c. Emosional	5, 6	
		d. Harga	7, 8	
		e. Biaya	9, 10	

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada, seperti catatan-catatan dan photo.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur.⁴² Bila skala

⁴²Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilimiah*, Op. Cit, hlm. 130.

pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan menggunakan metode *Corrected Item-Total Correlation* dengan rumus sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu⁴³. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila croanbach alpha > 0,60 maka variabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila croanbach alpha < 0,60 maka variabel dikatakan tidak reliabel.⁴⁴ Jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

⁴³Toha Anggoro, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm. 36-38.

⁴⁴Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 157-158.

6. Analisis data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Statistik deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan standar *deviation* dari data yang terkumpul.

b. Uji Normalitas

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

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.⁴⁵

c. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis

⁴⁵Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014), hlm. 69.

korelasi atau regresi linear. Adapun kriteria uji linearitas adalah dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (*linearity*) $< 0,05$. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linear apabila signifikan (*deviation for linearity*) $> 0,05$.

d. Uji Koevisien Determinasi

Uji koevisien detrminasi merupakan uji yang dipakai untuk mengetahui persentase dari variabel dan dapat menjelaskan variabel devenden. Untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koevisien determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien kolerasi (R) sebagai berikut:

0,00 - 0,199 = Sangat mudah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1000 = Sangat Kuat

Pengambilan keputusan koevisien determinasi yaitu: apabila semakin besar R^2 (mendekati 1) maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq$ dapat diartikan sebagai berikut:

- a. $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak dapat untuk meramalkan Y.
- b. $R^2 = 1$ berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat untuk meramalkan Y secara sempurna
- e. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji dasarnya menunjukkan seberapa jumlah pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Untuk mempermudah penelitian ini, analisis data menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *unstandardized coefficients* B dengan *standard error estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan T_{hitung} . Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut: ⁴⁶

- a. Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hal ini seperti Kualitas Pelayanan secara individual tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
- b. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan secara individual berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

⁴⁶ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23, (Semarang: Undip, 2013), hlm. 95.

f. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus dari analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksi.

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

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

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

E = *error*

Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KL = a + bKP + e$$

Keterangan

KP = Kepuasan Pelanggan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

KL = Kualitas pelayanan

E = *error*

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia

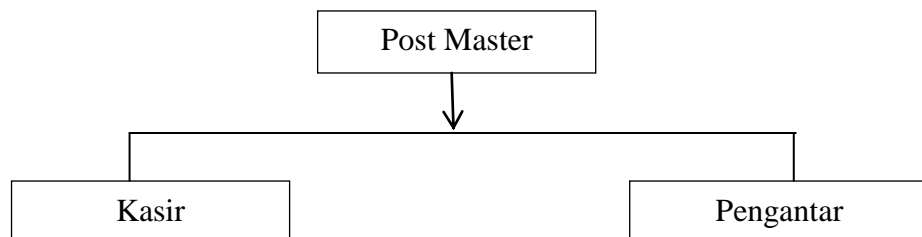
Kantor pos pertama di Indonesia adalah di Batavia didirikan oleh Gubernur Jendral GW Baron pada tahun 26-8-1746, pada tahun 1945 Jawatan PTT Republik Indonesia ditandai pengambil alihan Kantor Pusat PTT di Bandung oleh Angkatan Muda PTT dari pemerintahan Militer Jepang. Tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Bakti Postel pada tahun 1961 Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 tahun 1961 status Jawatan PPT berubah menjadi perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1965 PN Pos dan Telekomunikasi dibagi dua menjadi: PN Pos dan Giro berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1965 dan PN Telekomunikasi berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1965.

Tentang Pendirian Perusahaan Persero PT. Pos Indonesia, sebagaimana telah diubah dengan Akta Notaris Sujipto, PSH Nomor 89 tanggal 21 September 1998 dan Nomor 111 tanggal 28 Oktober 1998 dan pada tahun 1995.⁴⁷ Dan begitupula dengan kantor Pos yang ada di Desa Nanggarjati Hutapadang, Kecamatan Arse, Kabupaten Tapanuli Selatan dibangun pada tahun 2004 yang masih tetap beroperasi hingga saat ini.

⁴⁷ Gambaran Umum PT. Pos Indonesia, <https://www.posindonesia.co.id/en>, (diakses pada tanggal 18 Juni 2021 pukul 15.30)

2. Uraian Pekerjaan PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

Gambar 2.1
Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse



Sebagaimana diketahui organisasi adalah sistem dimana terdapat hubungan fungsional antara satu bagian dengan bagian yang lain yang saling bekerja sama. Dengan demikian diperlukan adanya suatu gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada tiap-tiap perusahaan. dalam kaitan ini diperlukan desain struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

a. Post Master

Adapun tugas post master adalah sebagai berikut:

- (1) Bertanggung jawab atas kegiatan perusahaan baik kedalam maupun keluar.
- (2) Menyusun rencana kerja yang dijalankan oleh perusahaan.
- (3) Memperhatikan kebutuhan karyawan sesuai dengan kemampuan perusahaan.

(4) Mengangkat dan memberhentikan karyawan apabila karyawan tersebut lalai menjalankan tugasnya.

b. Bagian Kasir

Adapun tugas kasir adalah sebagai berikut:

(1) Melayani pelanggan ketika mau mengurung uang, paket dan bentuk barang.

(2) Mengontrol keluar masuknya keuangan untuk kepentingan perusahaan (dalam bentuk *cash*), di bawah perintah manajer keuangan.

c. Bagian Pengantar

(1) Tugas bagian pengantar adalah mengantar surat, paket kiriman sampe tujuan.

(2) Mengecek barang-barang yang masuk dan keluar.

B. Produk dan Layanan

1. Surat dan Paket

Layanan ini meliputi pengiriman surat dan paket ke regional domestic dan internasional, yang meliputi sebagai berikut:

a. Layanan surat dan paket domestik

Layanan pengiriman surat domestik mencakup pengirimn surat dengan berat maksimum 2 kg dan tujuan pengiriman di wilayah Kecamatan Arse. Secara keseluruhan layanan surat dan paket PT. Pos Indonesia (Persero) didukung oleh variasi jenis produk yang beragam dengan berbagai fitur yang berbeda meliputi produk

standar, premium (Kilat Khusus, *Express* dan Kiriman Korporat atau *Admail*).

b. Layanan surat dan paket internasional

Layanan internasional ini meliputi *Express Mail Service (EMS)*, *Re-mailling*, *Express post LN*, serta Paketpos Cepat dan Biasa LN. Di samping itu, PT. Pos Indonesia (Persero) juga menyediakan layanan *Corporate postal management* yaitu layanan terpadu untuk menangani penerimaan, pemrosesan, dan pengiriman surat dan paket bagi perusahaan dan institusi pemerintahan.

2. Jasa Keuangan

Melalui jaringan yang luas dan tersebar hingga ke pelosok negeri, layanan jasa PT. Pos Indonesia (Persero) dapat menciptakan *Postal financial inclusion* bagi *Unbanked population* Indonesia. Program financial inclusion ini ditujukan kepada masyarakat yang memiliki keterbatasan akses kepada layanan jasa keuangan dalam hal memperoleh dana untuk konsumsi maupun modal usaha. Layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Remitansi

Layanan remitansi terdiri dari beberapa spesifik produk sebagai berikut:

(1) Weselpos instan yang mencakup pengiriman uang keseluruhan indoneisa secara instan.

- (2) Western Union yang merupakan salah satu bentuk kerja sama antara PT. Pos Indonesia dengan pihak lain untuk pengiriman uang ke luar negeri dengan jangka waktu 24 jam atau sampai pada hari yang sama.
- (3) Giro Pos yang merupakan layanan transaksi keuangan yang berbasis rekening Koran sebagai alternative layanan perbankan.
- (4) System Online Paymentt Point yang merupakan layanan pembayaran berbagai tagihan dan angsuran di kantor Pos dan agen yang tersebar di seluruh dunia.

3. Ritel

Bisnis ritel PT. Pos Indonesia (Persero) meliputi seluruh transaksi di loket dari seluruh kantor Pos dan agen pos yang tersebar di seluruh Indoneisa. Kegiatan ritel PT. Pos Indonesia dikelola oleh Sub Direktorat (Subdit) Ritl di bawah Direktorat Ritel dan Properti. Produk-produk yang ditawarkan adalah:

a. Benda Materai

PT. Pos Indoneisa memiliki peran sebagai channel penjualan materai dari Ditjen Pajak, yang pengelolaannya diatur dalam surat Edaran Dirjen Pajak No. SE-23/PJ.53/2003 tanggal 17 September 2003. Melalui bisnis ini, PT. Pos Indoneisa (Persero) menetapkan fee dari tiap penjualan produk yang kemudian menjadi pendapatan bagi PT. Pos Indonesia.

b. Filateli (Prangko)

Penjualan produk filateli (prangko) yang memiliki karakteristik:

- (1) Prangko untuk keperluan surat-menyurat. Penetapan tarif prangko yang berlaku saat ini masih menggunakan tarif menurut Keputusan Direksi No. 34/Dirutpos/0702 tanggal 23 Agustus 2002.
- (2) Prangko sebagai koleksi/ cendramata. Saat ini, PT. Pos Indonesia telah mengembangkan bisnis ritel e-commerce, tetapi bisnis tersebut dinilai masih dapat dioptimalkan sehingga mampu menarik pengunjung.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur yang diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 10 pernyataan untuk kepuasan pelanggan dan 10 pernyataan untuk pelayanan. Hasil uji validitas dari penelitian ini adalah:

Tabel 3. 1
Hasil Uji Validitas
Kualitas Pelayanan (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,405	Dikatakan valid jika nilai positif dan r_{hitung}	Valid
2	0,638		Valid

3	0,466	$\geq r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 91 - 2 = 89$ maka r_{tabel} pada tarif signifikan 5% = 0,206	Valid
4	0,436		Valid
5	0,384		Valid
6	0,498		Valid
7	0,361		Valid
8	0,493		Valid
9	0,398		Valid
10	0,468		Valid

Uji validitas kualitas pelayanan pada tabel 3.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai pelayanan dari pernyataan 1 sampai 10 adalah valid. Karena ke10 item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 89$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,206. Sehingga ke 10 item kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas
Kepuasan pelanggan (X)

No	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,374	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 91 - 2 = 89$ maka r_{tabel} pada tarif signifikan 5% = 0,206	Valid
2	0,441		Valid
3	0,346		Valid
4	0,435		Valid
5	0,464		Valid
6	0,415		Valid
7	0,524		Valid
8	0,497		Valid
9	0,381		Valid
10	0,408		Valid

Uji validitas kepuasan pelanggan pada tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan dari pernyataan 1 sampai 10 adalah valid. Karena ke10 item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n= 89$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,220. Sehingga ke 10 item kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reabilitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Kepuasan pelanggan	0, 679	10	Reliabel
Kualitas pelayanan	0, 691	10	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dikatakan *reliable* dengan *cronbach alpha* $0,679 > 0,60$. Dan untuk variabel kualitas pelayanan dikatakan *reliable* dengan *cronbach alpha* 0, 691. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan *reliable* dan dapat diterima.

1. Hasil Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan pelanggan	91	13	34	47	41.64	2.919
kualitas pelayanan	91	13	34	47	42.44	3.135
Valid N (listwise)	91					

Berdasarkan tabel 3.4 diatas dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan dengan jumlah data (N) sebanyak 91 mempunyai nilai mean 41,64 dengan nilai minimum 34 dan nilai maksimum 47 serta standar deviasinya sebesar 2,919. Sedangkan variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai mean sebesar 42,44 dengan nilai minimum 34 dan nilai maksimum 47 serta standar deviationnya 3,135.

2. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat dibawah ini yaitu:

Tabel 3.5
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.39489774
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.049
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.159 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 3.5tebel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,159 lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,159 \geq 0,05$) berarti data berdistribusi normal.

3. Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kualitas pelayanan * kepuasan pelanggan	Between Groups (Combined)	14430565.986	14	1030754.713	101255.459	.000
	Linearity	14429592.150	1	14429592.150	1417480.761	.000
	Deviation from Linearity	973.836	13	74.910	7.359	7.45
Within Groups		783.840	77	10.180		
Total		14431349.826	91			

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berdasarkan tabel 3.6 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas secara signifikan dengan melihat nilai Linearity pada kolom Sig adalah sebesar 0,000 karena kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear karena signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$.

4. Uji Koevisien Determinasi R^2

Berikut hasil uji koevisien determinasi R^2 yaitu:

Tabel 3.7
Uji Koevisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.544	.576	1.419

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan

b. Dependent Variable: kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel 3.7 diatas hasil analisis koevisien determinasi (R^2) diketahui hasil R^2 sebesar 0,544 menunjukkan bahwa 54,4%, variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan kontribusi sebesar 54,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 3.8
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,876	2.471		4,310	.992
Kepuasan	,459	.040	,765	8,595	.000

Dari tabel 3.8 diatas dapat dilihat hasil uji t bahwa t_{hitung} untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 8,595 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = 89$, hasil diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,986 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,595 > 1,986$) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang.

6. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh secara linear anatar dua atau satu variabel independenkepuasan pelanggan (X) dan kualitas pelayanan (Y).

Tabel 3.9
Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,876	2,471		4,310	.992
	kepuasan	,459	.040	,765	8,595	.000

a. Dependent Variable: Pelayanan

Dari tabel 3.10 diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coeficients* bagian kolom B maka persamaan analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + bKL + e$$

$$KP = 11,876 + 0,459KL$$

Penjelasan dari regresi linear sederhana diatas sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta sebesar 11,876 artinya jika variabel kepuasan pelanggan nilainya adalah 0, maka variabel kualitas pelayanan sebesar 11,876 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,459 artinya apabila variabel kepuasan pelanggan meningkat 1 satuan, maka kualitas pelayanan mengalami peningkatan sejumlah 0,459 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi

hubungan positif antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin meningkat kualitas pelayanan.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse” dengan jumlah responden 91 pelanggan. Berdasarkan uji validitas kepuasan pelanggan (X) dengan 10 pernyataan yang dinyatakan valid, dan kualitas pelayanan (Y) dengan 10 pernyataan dinyatakan valid. Dan uji reabilitas kepuasan pelanggan (X) dengan nilai *cronbach alpha* $0,679 > 0,60$ yang berarti dinyatakan *reliable* dan reabilitas kualitas pelayanan (Y) dengan nilai *cronbach alpha* $0,691 > 0,60$ yang dinyatakan *reliable*.

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa t_{tabel} sebesar 1,986 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Kiki Mariani Harahap dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pos Padangsidimpuan,

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor pos Padangsidempuan sebesar 55,4%.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Naggarjati Hutapadang. Pengetahuan dapat membantu pegawai atau karyawan untuk mengembangkan kualitas pelayanan dalam perusahaan agar tujuan dari suatu perusahaan dapat tercapai. .

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilaakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan dalam metodologi penelitian. Hal ini dimaksudkan agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis.

Berikut ketrbatasan yang dihadapi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu:

- 1). Keterbatsan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
- 2). Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi penelitian lebih lanjut.
- 3). Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan atau hanya asal jawab saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta olahan data tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa pada PT. pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

Dari uji R yang dilakukan diperoleh R sebesar 0,754 artinya antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT, Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang memiliki hubungan yang kuat. Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif atau searah. Artinya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang dengan koefisien determinansi r^2 diperoleh sebesar 0,544 atau 55,4% dengan demikian kualitas pelayanan dipengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji t bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, dimana uji t dengan hasil $t_{hitung} 8,595 > 1,986$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. .

B. Saran peneliti

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di analisis maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat

memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi pihak perusahaan

Peneliti sangat mengharapkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang, dan pihak perusahaan harus dapat meningkatkan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi bukti fisik (*Tangibel*), kehandalan (*reability*), cepat tanggap (*Ressvonsive*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti yang lain

Dalam penelitian ini tentu masih memiliki banyak kekurangan, karena adanyaketerbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung. Dan dapat dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terutama yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Armida Silvia Asriel, *Manajemen Kantor*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian*, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019.
- Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2019.
- Awaluddin Setya dan Ni Nyoman Marleni, *Survei Kepuasan pelanggan PDAM Kota Balikpapan*, Magelang: UNIMMA PRESS, 2018.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* Jakarta: Kencana, 2006.
- Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* Malang: Literasi Nusantara abadi, 2021.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," dalam *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3, ISSN 2303-1174, 2013
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: PT. SyaamilCipta Media, 2005.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana, Ed1, Cet. 1, 2005
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, Yogyakarta : Andi Offset, 2011
- Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Hermanu Iriawan, *Manajemen Merek Dan Kepuasan Pelanggan*, Bojong Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Hardiansyah, *Kualitas pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan implementasinya*, (Yogyakarta: Grava Media, 2011), hal. 45

- Bojong Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*,
- Kamaruddin selling, dkk, *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Public*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hal. 18.
- M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler & Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1, New Jersey*. Diterjemahkan dari “Marketing Management” Alih bahasa oleh Bob Sabran, M.M., Jakarta: Erlangga, 2009.
- Quraish Shihab, *Tafsir Al- Misbah, pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Ciputat: Lentera Hati, 2000.
- Rodame Monitorir, Winda Hartati Harahap, and Ikhwanuddin Harahap, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 4 No.2.
- Rolyana Ferinia, dkk, *Perilaku Konsumen Kepariwisata*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif dan R&D*, Bandung, Alfabet CV, 2017.
- Tjiptono, Fandi dan Anastasya Diana, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta: 2003.
- Toha Anggoro, *Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.

DAFTAR RIWAYAT WIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Rika Rani Sihombing
2. Nama Panggilan : Rika
3. Tempat/Tgl. Lahir : Tanoponggol, 13 Maret 2000
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamis : Perempuan
6. Anak ke : 2 (Dua) dari 4 (Empat) Bersaudara
7. Alamat : Desa Nanggarjati Hutapadang
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/HP : 0853 6275 2985

B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama ayah : Pirkon Sihombing
2. Pekerjaan : Petani
3. Nama Ibu : Roini Siregar
4. Pekerjaan : Petani

C. IDENTITAS SEKOLAH

1. Tahun 2006-2011 : SDN 006 Pompa Air, Sorek
2. Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 1 Arse Hutapadang
3. Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 1 Arse Hutapadang
4. Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (S-1), Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

NIP : 19830317 201801 2 001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Rika Rani Sihombing

Nim : 17 40200131

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

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.

Padangsidempuan, Oktober 2021

Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

NIP : 19830317 201801 2 001

**LEMBAR VALIDASI
KEPUASAN PELANGGAN**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu, Saudara/i 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, saudara/i 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
Kualitas produk	1 dan 2			
Kualitas pelayanan	3 dan 4			
Emosional	5 dan 6			
Harga	7 dan 8			
Biaya	9 dan 10			

Catatan:

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

**Padangsidimpuan, Oktober 2021
Validator**

**Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP : 19830317 201801 2 001**

**LEMBAR VALIDASI
PELAYANAN**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu, Saudara/i 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, Saudara/i 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
<i>Tangibel</i> (Bukti fisik)	1 dan 2			
<i>Reability</i> (Kehandalan)	3 dan 4			
<i>Resvonsiveness</i> (Daya tanggap)	5 dan 6			
<i>Assurance</i> (Jaminan)	7 dan 8			
<i>Empathy</i> (Empati)	9 dan 10			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP : 19830317 201801 2 001

A. IDENTIVIKASI RESPONDEN

Kami

memohon kesediaan Bapak/Ibu Saudara/i untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan berikut ini, dengan mengisititik - titik dan membentandacountreng pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Jabatan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia

2.

Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda Countreng pada alternative yang tersedia pada kolom jawaban .

3. Mohon berikan jawaban secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pilih salah satu jawaban:

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

B. Butir Angket Penelitian

Angket Pelayanan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan kantor pos Nanggarjati Hutapadang berpenampilan menarik					
2	Kondisi gedung di kantor pos Nanggarjati Hutapadang baik					
3	Kantor pos Nanggarjati Hutapadang memberikan pelayanan yang baik					
4	Kantor pos Nanggarjati Hutapadang memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tepat					
5	Karyawan kantor pos Nanggarjati Hutapadang cepat melayani pelanggan					
6	Karyawan rela membantu/menolong pelanggan					
7	Karyawan kantor pos memberi kesempatan bertanya bagi pelanggan					
8	Karyawan kantor pos memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan					
9	Perilaku karyawan kantor pos Nanggarjati Hutapadang membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan kantor					
10	Karyawan kantor pos memberi perhatian penuh pada saat melakukan transaksi dengan pelanggan					

Padangsidempuan, September 2021

(_____)

A. Butir Angket Penelitian

Angket Kepuasan pelanggan(X)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kantor pos Nanggarjati Hutapadang memasarkan produk yang berkualitas					
2	Saya merasa puas dengan produk yang diperoleh dari kantor pos Nanggarjati Hutapadang					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kantor pos					
4	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di kantor pos					
5	Kantor pos memberikan garansi yang sebanding apabila barang rusak/hilang					
6	Karyawan memprioritaskan pelanggan					
7	Harga jasa ekspedisi kantor pos sesuai dengan kualitas yang diharapkan					
8	Kantor pos selalu memberikan harga sesuai dengan pasarannya					
9	Tarif pengiriman terjangkau oleh pelanggan					
10	Biaya pengiriman relatif					

	murah					
--	-------	--	--	--	--	--

TABULASI KEPUASAN PELANGGAN

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

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

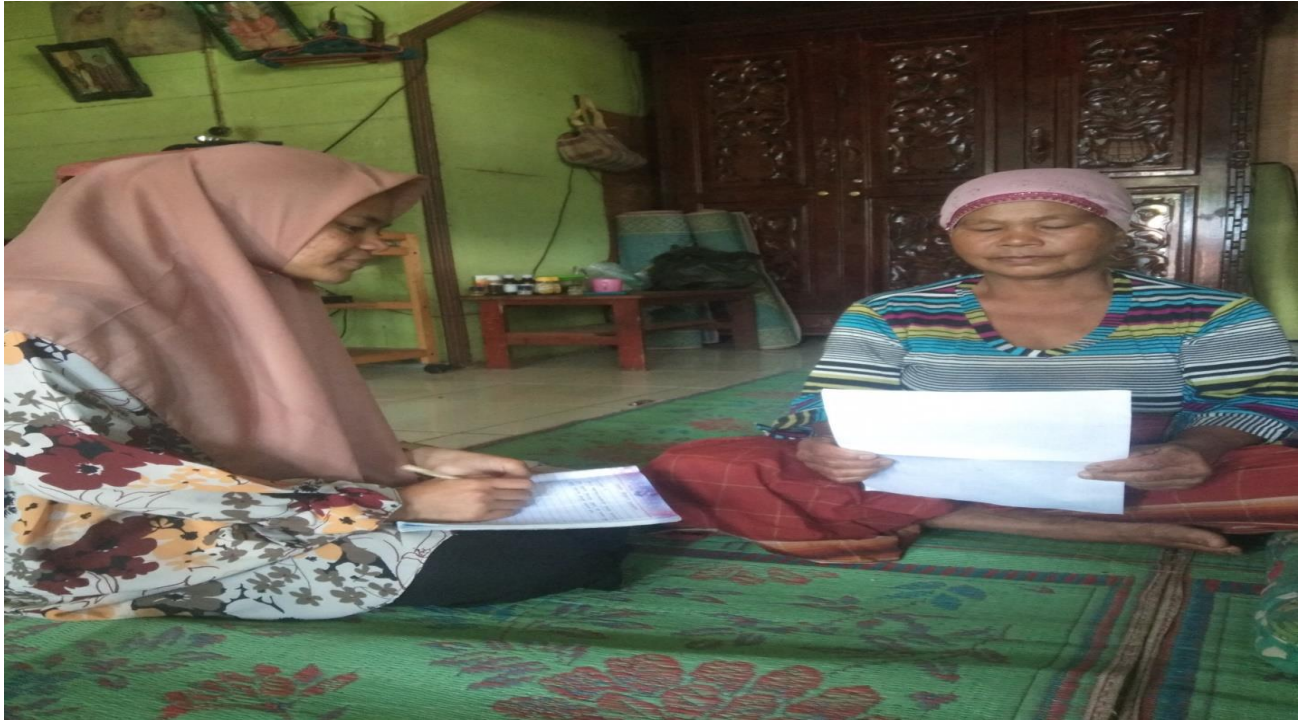
45

4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----













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 : 1310 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/06/2021
Hal : Mohon Izin Riset

10 Juni 2021

Yth. Kepala Desa Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse

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

Nama : Rika Rani Sihombing
NIM : 1740200131
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa pada PT. Pos Indonesia Nanggarjati Hutapadang Kecamatan Arse".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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



Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN ARSE
DESA NANGGAR JATI HUTAPADANG

Kode Pos: 22747

Nomor : 72/2035/2021
Sifat : Biasa
Perihal : Izin Riset

Nanggar Jati Hutapadang, 01 Juli 2021
Kepada Yth:
Bapak Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
di-
Padang Sidimpuan

Dengan Hormat,

Sesuai dengan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padang Sidimpuan Nomor: 1310/In.14/G.1/G.4c/TL.00/06/2021 Perihal Permohonan Izin Riset untuk Skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Rika Rani Sihombing
NIM : 1740200131
Semester : VIII (Delapan)
Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Nanggar Jati Hutapadang, kec.Arse.

Sehubungan dengan hal tersebut kami Pemerintah Desa Nanggar Jati Hutapadang Kecamatan Arse Kabupaten Tapanuli Selatan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut diatas untuk melakukan riset selama 1 Bulan kepada masyarakat Desa Nanggar Jati Hutapadang untuk penyelesaian skripsi dengan judul: "**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa pada PT. Pos Indonesia Desa Nanggar Jati Hutapadang Kecamatan Arse**"

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan dengan semestinya.

Kepala Desa Nanggar Jati Hutapadang

