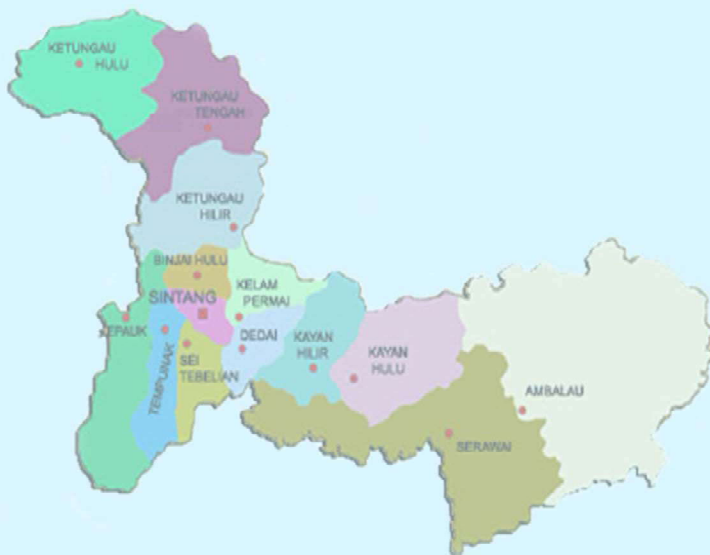


FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang


Petrus Atong

APLIKASI/PENERAPAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTANPAJAK BUMI DAN BANGUNAN

Aida Fitriani

EVALUASI PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR EKONOMI WILAYAH (PNPM-PISEW)

A.M. Yadisar

SISTEM PELAYANAN IZIN REKLAME

Evy Ratnasari

SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM ISI ULANG PADA DEPOT R-QUA KOTA SEKADAU KABUPATEN SEKADAU

Yuliana.F. Lilistian

PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA KEJAKSAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI

Martinus Syamsudin

KINERJA PEMERINTAHAN DESA

Paulus

PEMASARAN PRODUK

Sopian

STRATEGI PENGATURAN LALU LINTAS DALAM MELINDUNGI KESELAMATAN PENGGUNA JALAN RAYA

Hermansyah

PENGAWASAN, DISIPLIN KERJA, DAN KINERJA PEGAWAI

Venny Adhita Octaviani

PENGARUH IKLAN TV DAN PERSONAL SELLING TERHADAP *PRODUCT KNOWLEDGE* SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Darmansah, Felix Semaun, Sigit Nurmanto

KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Mikael Mahin

ANALISIS KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2005 TENTANG TRANSPARANSI PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN

Yudika Cahyana

PERGESERAN KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT DALAM MENGELOLA SUMBER DAYA ALAM

Jhony Fredy Hahury

EFEKTIVITAS PEMBINAAN PEGAWAI

Iman Asrori

PELAKSANAAN PELAYANAN KREDIT

Diterbitkan oleh :
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kapuas

| | | | | | |
|--------------|------------------|----------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| FOKUS | Volume 16 | Nomor 1 | Halaman 1 - 178 | Sintang Maret 2018 | ISSN 2599 - 3518 |
|--------------|------------------|----------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|

FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

FOKUS. Terbit dua kali setahun pada bulan Maret dan September. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian analitis-kritis di bidang sosial dan politik.

Penyunting Utama

Petrus Atong
M. Kurniawan Candra
Abang Zainudin
Kaja
Aida Fitriani

Ketua Penyunting

A.M. Yadisar

Penyunting Pelaksana

Yuliana Fondasoya
Darmansah
Imam Asrori
Paulus
Jhony Fredy Hahury
Evy Ratnasari
Hermansyah
Felix Semaun
Syekh Mochsin
Venny Adhita Octaviani
Mikael Mahin
Yudika Cahyana
Nikodimus

Pelaksana Tata Usaha

Pakaris Subiyakto
Umi Sholeha
Kartika Agus Salim
Lodovika
Tukijo
F. Tijan

Alamat Redaksi dan Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kapuas
Jl. : Y.C. Oevang Oeray Telp. 0565-22256 Faks. : 0565-22256

Redaksi menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik diatas kertas HVS A4 spasi ganda sepanjang kurang lebih 20 halaman. Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya.

Dicetak oleh Perc. Pelangi Sintang. Isi diluar tanggung jawab percetakan.

FOKUS

**Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang**

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

Kata Pengantar

FOKUS, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, kali ini memulai tampil dalam kemasan baru. Tampilan dan gaya baru bukanlah berarti menafikkan eksistensi dan substansi keilmuan, terutama ranah kajian administrasi publik. Terbitan ke 16 nomor 1, Maret 2018, tentunya banyak harapan dan tantangan yang masih harus dibenahi oleh Tim Penyunting, terutama yang berkaitan dengan isi, dimana edisi Jurnal kali ini belum dapat menyatukan tulisan dalam satu tofik (monograf). Namun demikian, tidaklah berarti mengurangi telaah substansi pembahasan sebuah persoalan keilmuan.

Kritik yang bermanfaat sangat dihargai, namun bukan berarti kritik yang tidak bermanfaat tidak dihargai, hanya barangkali cara menempatkan kritik itu yang berbeda. Sebab semua kritik tentulah bermanfaat terlebih untuk Jurnal FOKUS ini. Semoga Jurnal FOKUS kedepan akan tampil semakin sempurna dan mampu menggugah kesadaran untuk menampilkan tulisan yang sangat erat terkait dengan ruang lingkup Ilmu Administrasi Publik dan mencapai tujuan bernegara yang bermuara pada penyelesaian persoalan publik (masyarakat), tentunya kontribusi yang tidak sebatas ide semata, namun yang sangat utama tentulah aksi-aksi (actions) konkrit.

Penyunting

FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

DAFTAR ISI

| | |
|---|---------|
| APLIKASI/PENERAPAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTANPAJAK BUMI DAN BANGUNAN Petrus Atong | 1-37 |
| EVALUASI PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR EKONOMI WILAYAH (PNPM-PISEW) Aida Fitriani | 38-48 |
| SISTEM PELAYANAN IZIN REKLAME A.M. Yadisar | 49-56 |
| SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM ISI ULANG PADA DEPOT R-QUA KOTA SEKADAU KABUPATEN SEKADAU Evy Ratnasari | 57-66 |
| PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA KEJAKSAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI Yuliana.F. Lilistian | 67-80 |
| KINERJA PEMERINTAHAN DESA Martinus Syamsudin | 81-90 |
| PEMASARAN PRODUK Paulus | 91-99 |
| STRATEGI PENGATURAN LALU LINTAS DALAM MELINDUNGI KESELAMATAN PENGGUNA JALAN RAYA Sopian | 100-109 |
| PENGAWASAN, DISIPLIN KERJA, DAN KINERJA PEGAWAI Hermansyah | 110-120 |
| PENGARUH IKLAN TV DAN PERSONAL SELLING TERHADAP <i>PRODUCT KNOWLEDGE</i> SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Venny Adhita Octaviani | 121-132 |
| KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Darmansah, Felix Semaun, Sigit Nurmanto | 133-147 |
| ANALISIS KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2005 TENTANG TRANSPARANSI PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN Mikael Mahin | 148-154 |
| PERGESERAN KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT DALAM MENGELOLA SUMBER DAYA ALAM Yudika Cahyana | 155-162 |
| EFEKTIVITAS PEMBINAAN PEGAWAI Jhony Fredy Hahury | 163-169 |
| PELAKSANAAN PELAYANAN KREDIT Imam Asrori | 170-178 |
| PERSYARATAN NASKAH UNTUK FOKUS | 178-1 |
| FORMULIR BERLANGGANAN | 178-2 |

KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Darmansah, Felix Semaun, Sigit Nurmanto

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: darmansah070@gmail.com

Universitas Kapuas Sintang, Jln. Y.C. Oevang Oeray No. 92 Sintang, Kalimantan Barat

Abstrak : Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah di tentukan atau bersifat laten, dengan kecocokan untuk pemakaian. kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Penelitian ini termasuk penelitian eksplanatoris, penelitian eksplanatoris adalah penelitian bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian diketahui, Hasil Analisis Regresi Sederhana bahwa $(a) = 3,674$ dan $\beta = 0,736$, maka diperoleh persamaan perhitungannya $y = 3,674 + 0,736 X$. Besarnya hubungan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang yang dihitung menggunakan Korelasi Spearman Rank yaitu sebesar 0,727 dengan tingkat hubungan kuat. Berdasarkan uji hipotesis bahwa $t_{hitung} (10,762) > t_{tabel} (1,9873)$ maka dapat dikatakan bahwa benar adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang. Dari uji koefisien determinasi (R^2) bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang sebesar 54,20% sedangkan sisanya sebesar 45,80% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Seiring dengan perkembangan zaman yang disertai dengan kemajuan teknologi saat ini mengakibatkan kebutuhan hidup masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat mengakibatkan adanya perpindahan barang diberbagai tempat. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan geografis antara suatu wilayah dengan wilayah lainnya. Meningkatnya tingkat perpindahan atau pengiriman barang dari suatu wilayah ke wilayah lainnya ini memberikan kesempatan besar untuk berkembangnya perusahaan-perusahaan logistik terutama perusahaan jasa yang bergerak di bidang pengiriman barang maupun dokumen.

PT. Pos Indonesia merupakan BUMN yang bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang dan barang. Pengiriman barang belum dapat tergantikan dengan teknologi manapun dengan piranti apa pun. Salah satu diferensiasi produk yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) adalah jasa layanan pengiriman paket. Jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pangsa pasar jasa

pengiriman paket dikuasai oleh perusahaan jasa titipan swasta, mendorong motivasi, persepsi, dan sikap konsumen untuk dapat menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Pos Indonesia dewasa ini melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Salah satu inovasi yang dilakukan PT. Pos Indonesia adalah layanan pos yang menggunakan jaringan internet atau online. Pos Indonesia mempunyai jaringan yang sangat luas yaitu kurang lebih 4.800 kantor pos di Indonesia. Sedangkan jumlah titik layanannya (*point of sales*) mencapai 58.700 titik dalam bentuk kantor pos sendiri, agensi/agen pos, pos keliling desa/kota, pos sekolah, postmall, dan lain-lain(www.posindonesia.co.id, 2016). Dengan jaringan yang sangat luas ini, kantor pos merupakan media yang sangat strategis menjual dan atau mendistribusikan barang atau jasa. Pos Indonesia telah memiliki jaringan yang *dedicated*, *sistem distribusi*, *track&trace*, layanan prima, kecepatan dan ketepatan serta harga yang kompetitif.

Usaha dalam bidang jasa seperti PT. Pos Indonesia merupakan usaha yang berdasarkan pada azas

kepercayaan mengutamakan atas kualitas pelayanan (*service quality*). Kualitas pelayanan ini menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Fenomena ini juga hampir terjadi di seluruh perusahaan yang bergerak dibidang jasa lainnya, dimana pelanggan juga menginginkan adanya peningkatan kualitas pelayanan secara terus-menerus ketika menggunakan jasa yang ada di suatu perusahaan. Menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono dan Chandra 2016:13) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang diurutkan berdasarkan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu : reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Kantor Pos Indonesia cabang Pandan Sintang adalah cabang kantor pos yang berada di desa Merarai Satu, kecamatan Sungai Tebelian, Kabupaten Sintang. Kantor pos ini telah menggunakan sistem online yang melayani jasa pengiriman surat, paket, dan jasa keuangan seperti wesel, pospay dan lain-lain. Semakin banyaknya produk jasa yang ditawarkan, seharusnya semakin meningkatnya kualitas pelayanan sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Adapun beberapa masalah atau kelemahan yang terdapat pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang yang meliputi beberapa dimensi kualitas pelayanan seperti: dari segi bukti fisik (*tangibles*) area parkir yang belum tertata sehingga terkesan tidak teratur, kurangnya tempat tunggu pelanggan dan tidak terdapatnya pendingin ruangan (*air conditioner*), dari segi daya tanggap (*responsiveness*) hanya terdapat satu kasir sehingga pelanggan harus lama mengantri saat terjadinya lonjakan pelanggan, dan dari segi reliabilitas (*reliability*) sering terjadinya gangguan jaringan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan pelanggan saat akan melakukan transaksi.

Pemasaran jasa merupakan proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain, yang mana pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Kotler (Tjiptono, 2005:18) menyatakan bahwa “jasa sebagai salah satu bentuk produk dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Menurut Kotler dan

Amstrong (Musanto 2004:125) karakteristik yang membedakan pemasaran barang dengan jasa adalah sebagai berikut: 1. *Itangibility* (tidak berwujud), jasa berbeda dengan barang lain. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. 2. *Inseperability* (tidak terpisahkan), barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang sama. 3. *Varability/ heterogenity/ inconsistency* (keanekaragaman), jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variabel yang dibentuk, kualitas dan jenis tergantung siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. 4. *Prishability* (tidak tahan lama), ini berarti jasa tidak tahan lama dan tidak tahan disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja ketika tidak dapat disimpan.

Kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Goetsch dan Davis (Devianti, 2014) mendefinisikan kualitas sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Garvin (Tjiptono dan Chandra 2016:117) “prespektif kualitas jasa bisa di klasifikasikan dalam lima kelompok: *transcendental approach*, *product-based approach*, *user-based approach*, *manufacturing-based approach*, dan *value-based approach*”. Kelima macam prespektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan. 1. *Transcendental approach*. Dalam ancangan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence* yaitusesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau opesionalisasikan. Prespektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali (*repeated exposure*). Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya

seni musik, seni drama, seni tari, dan seni rupa. orang awam kadang kali sulit memahami kualitas sebuah lukisan, puisi, lagu, atau film yang dipuji oleh kritikus dan pengamat seni. Dalam konteks organisasi pemasaran, perspektif ini sulit digunakan sebagai dasar manajemen kualitas untuk fungsi perencanaan, produksi/operasi, dan pelayanan. Kendati demikian, organisasi pemasaran bisa memanfaatkan sejumlah kriteria transendental dalam komunikasi pemasarannya, misalnya pesan-pesan iklan seperti “tempat berbelanja yang menyenangkan” (pusat perbelanjaan), “elegan” (mobil), “kecantikan alami” (kosmetik) dan seterusnya.

2. *Product-based approach*. Ancangan ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik atribut obyektif yang dapat di kuantitatifkan dan dapat di ukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Contoh atribut spesifik untuk sebuah sepeda motor misalnya harga, konsumsi BBM, kecepatan, ketersediaan fitur spesifik (contohnya rem cakram, knalpot, dan lain-lain), ketersediaan warna sepeda motor, dan seterusnya. Karena perspektif ini sangat obyektif, maka kelemahannya adalah tidak bisa menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan serta preferensi individual atau bahkan segmen pasar tertentu.

3. *User-based approach*. Ancangan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. Produk yang dinilai berkualitas baik oleh individu tertentu belum tentu di nilai oleh orang lain.

4. *Manufacturing-based approach*. Perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance requirements*). dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat *operations-driven*. Ancaman semacam ini menekankan penyesuaian spesifikasi produksi dan operasi yang disusun secara internal, yang sering kali di picu oleh keinginan untuk meningkatkan produktivitas dan menekan biaya. Jadi, yang

menentukan kualitas adalah standar-standar yang telah di tetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk/jasa.

5. *Value-based approach*. Ancangan ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang bernilai. Tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

Istilah jasa atau layanan bisa di persepsikan berbeda-beda dalam konteks berlainan. Setidaknya konsep jasa mengacu pada beberapa ruang lingkup utama: industri, atau penawaran, proses dan sistem. Kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strategiknya adalah bahwa komponen jasa atau pelayanan memainkan peran strategis dalam setiap bisnis. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen bisa memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Menurut Hardiyati (2010:83) bahwa “kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah di tentukan atau bersifat laten, dengan kecocokan untuk pemakaian”. Menurut Kotler dan Keller (Tjiptono dan Chandra 2016:125) “kualitas jasa harus dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (dan bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa perusahaan.” Menurut Alma (Widjoyono, Rumambi dan Kunto 2013:2) bahwa “suatu perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan harus di atas dari saingan dan harus lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen.”

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan faktor utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu pelanggan memegang peranan penting dalam kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Oliver (Tjiptono dan Chandra 2016:206) bahwa: “kepuasan adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan konsumsi lainnya”.

Sedangkan menurut Brand (Musanto 2004:125) “kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.” Menurut Churchill dan Surpreanant (Tjiptono dan Chandra 2016:207) bahwa: “Secara konseptual, kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan pembeli atas *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diatasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap, dimana penilainya didasarkan pada berbagai atribut”.

Produk jasa yang berkualitas, mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat di nilai berbeda dengan oleh pelanggannya. Pada konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya. Harapan mereka di bentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Metode :

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen (alat pengumpul data) yang menghasilkan data numerikal (angka). Analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik untuk mereduksi dan mengelompokan data, menentukan hubungan serta mengidentifikasi perbedaan antar kelompok data. Sedangkan menurut jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian eksplanatoris, penelitian eksplanatoris adalah penelitian bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna layanan jasa PT. Pos Indonesia cabang Sintang Pandan. Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$\text{Dimana: } n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Z = Tingkat keyakinan yang di butuhkan dalam penelitian sampel.

Moe = *Margin of error*, atau tingkat tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

n = Besarnya sampel

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi yang tidak di ketahui secara pasti. Tingkat yang di gunakan adalah 95 persen atau Z = 1,96 dan Moe = 10 persen (0,1). Maka jumlah sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan yang di peroleh di atas, maka jumlah sampel yang di teliti adalah 96,04. Untuk memudahkan penelitian maka peneliti mengambil sampel sebesar 100 responden.

Teknik sampling yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data.” Variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya.” Ada 2 (dua) variabel yang digunakan didalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*Independen*) variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan jasa (X). Dalam penelitian ini, peneliti menggabung kelima dimensi kualitas pelayanan jasa yang yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya meliputi: realibilitas (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). 1. Realibilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang di sepakati. 2. Daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan di berikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat. 3. Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan berarti juga para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan

dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. 4. Empati (*emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen dalam penelitian ini adalah berupa lembar kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengisian kuesioner kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri atas: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi skor sebagai berikut:

Tabel 1. skor atas jawaban kuesioner kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan

| No | Jenis Jawaban | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1 | Sangat setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Cukup setuju | 3 |
| 4 | Tidak setuju | 2 |
| 5 | Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Riduwan dan Sunarto (2013:21)

Pengujian dan penganalisaan terhadap instrumen yang akan digunakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Uji validitas instrumen

“Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur”, (Riduwan dan Sunarto, 2009:348). Menurut Arikunto (2010:211) “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen”. Sugiyono (2004) mengemukakan bahwa: “alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment*, guna menghitung korelasi antar masing-masing pernyataan dengan skor total”. Rumus *Korelasi Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi atau responden

x = skor pertanyaan

y = skor total

Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat.” Pengujian validitas angket dalam penelitian ini digunakan program *SPSS 21 for Windows*.

2) Uji reliabilitas instrumen

Menurut Sugiyono (2013:121) “instrumen yang realibel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama”. Menurut Arikunto (2010:221) “instrumen yang baik tidak bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.” Realibilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan test-retest (*stability*), equivalen, dan gabungan keduanya. Secara internal dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Husein (Hermansyah, 2014:222) mengemukakan bahwa “untuk mencari realibilitas instrumen yang skornya bukan 0-1, tetap merupakan rentang antara beberapa nilai, misalnya 00-10 atau 0-100 atau dalam bentuk skala 1-3, 1-5, atau 1-7 dan seterusnya dapat menggunakan rumus Cronbach’s Alpha berikut:”

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_b^2 = varians total

σ_t^2 = jumlah varians butir

Untuk mencari varians, di gunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

X = nilai skor yang dipilih

Jika koefisien reliabilitas mendekati 1 sangat baik, jika berada di atas 0,8 baik, tetapi bila di bawah nilai 0,6 tidak baik.” Pengujian reliabilitas angket dalam penelitian ini digunakan program *SPSS 21 for Windows*.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. 2. Dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik non parametris. Digunakannya statistik non parametris karena data yang dianalisis merupakan data ordinal. Analisis dalam penelitian ini yakni menggunakan 1. Analisis Regresi Sederhana. untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui." Adapun rumus regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a - bX$$

Dimana:

$$a = \frac{(\sum X)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

v = subjek variabel terikat yang diproyeksi
X = variabel bebas yang memiliki nilai tertentu untuk diprediksikan

Dalam analisis regresi sederhana ini, peneliti menggunakan program *SPSS 21 For Window*. 2. Analisis Korelasi Spearman Rank. Yaitu untuk mengetahui tingkat hubungan (korelasi) bila datanya berbentuk ordinal maka digunakan teknik statistik Korelasi Spearman Rank". Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s(\rho) = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

r_s = Nilai Korelasi Spearman Rank
 d^2 = Selisih setiap pasangan rank
 n = Jumlah responden

Tabel 2. Tabel untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2015:184)

Dalam analisis Korelasi Spearman Rank ini, Peneliti menggunakan program *SPSS 21 For Window*.

1) Uji hipotesis

Untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dengan derajat kebebasannya $n-2$

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya hipotesis, maka dapat dinyatakan dalam kriteria berikut:

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefisien determinasi (R^2). Besarnya koefisien adalah 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi 0 berarti tidak ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka hubungan tersebut positif dan kuat. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat yang paling baik antara dua variabel atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi dari variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Adapun rumus Koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggannya di masa yang akan datang. Karakteristik/identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan.

a. Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 56 orang dengan persentase 56 % dan sisanya adalah responden pria sebanyak 44 orang atau 44 %. Jumlah responden wanita yang lebih banyak dibanding responden pria merupakan faktor kebetulan karena pada saat Penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak

konsumen wanita, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang.

b. Umur

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur, dapat diketahui bahwa responden yang berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 22 orang (22%), responden dengan umur 20 – 29 sebanyak 28 (28%), responden dengan umur 30 – 39 sebanyak 20 orang (20%), responden dengan umur 40 – 49 sebanyak 19 (19%), dan responden dengan umur lebih dari 50 tahun sebanyak 11 (11%). Berdasarkan uraian di atas, pada tingkat karakteristik responden menurut bisa dikatakan bahwa pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang didominasi oleh umur/usia muda dan produktif.

c. Pendidikan

Responden dengan tingkat pendidikan SD/MI sebanyak 25 orang (25%), responden dengan tingkat pendidikan SMP/MTS sebanyak 27 orang (27%), responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA/SMK sebanyak 29 orang (29%), responden dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 18 orang (18%) dan responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 1 orang (1%). Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analitis terhadap suatu permasalahan

seperti pelayanan yang diberikan oleh Pt. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang.

d. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 21 orang (21%), responden dengan jenis pekerjaan Wiraswasta sebanyak 27 orang (27%), responden dengan jenis pekerjaan Pegawai/Karyawan sebanyak 29 orang (29%) dan responden dengan jenis pekerjaan lainnya sebanyak 37 orang (37%). Tingkat profesi yang dimiliki seseorang menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang sudah bekerja karena mempunyai penghasilan dan juga bisa meluangkan waktu mereka untuk melakukan transaksi seperti pembayaran listrik, transfer uang, pengiriman barang, pembayaran pajak, dan lainnya di PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang.

Hasil Dan Pembahasan

Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment*, guna menghitung korelasi antar masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun hasil uji validitas yang diolah menggunakan SPSS 21 For Window adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X)

| Item | Corrected Item – Total Correlation | r kritis | Keterangan |
|------|------------------------------------|----------|-------------|
| P1 | 0,37 | 0,3 | Valid |
| P2 | 0,51 | 0,3 | Valid |
| P3 | 0,414 | 0,3 | Valid |
| P4 | 0,463 | 0,3 | Valid |
| P5 | 0,136 | 0,3 | Tidak Valid |
| P6 | 0,711 | 0,3 | Valid |
| P7 | 0,352 | 0,3 | Valid |
| P8 | 0,555 | 0,3 | Valid |
| P9 | 0,461 | 0,3 | Valid |
| P10 | 0,368 | 0,3 | Valid |
| P11 | 0,575 | 0,3 | Valid |
| P12 | 0,642 | 0,3 | Valid |
| P13 | 0,396 | 0,3 | Valid |
| P14 | 0,595 | 0,3 | Valid |
| P15 | 0,515 | 0,3 | Valid |

Sumber: data primer yang diolah dengan program *SPSS 21 For Window*

Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X) dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel Kualitas Pelayanan (X) yang peneliti ajukan dari 15 pertanyaan terdapat 1 pertanyaan

yang tidak valid yaitu pertanyaan nomor kelima (P5) dimana nilai r hitung $0,136 > 0,3$. Dalam uji validitas, peneliti menghapus butir instrumen yang tidak valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)

| Item | Corrected Item – Total Correlation | r kritis | Keterangan |
|------|------------------------------------|----------|------------|
| P1 | 0,505 | 0,3 | Valid |
| P2 | 0,39 | 0,3 | Valid |
| P3 | 0,508 | 0,3 | Valid |
| P4 | 0,63 | 0,3 | Valid |
| P5 | 0,608 | 0,3 | Valid |

Sumber: data primer yang diolah dengan program SPSS 21 For Window

Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y) di atas dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang peneliti ajukan semuanya valid, dimana nilai r hitung pertanyaan satu sampai lima lebih besar dari pada r kritis sehingga kelima pertanyaan kepuasan pelanggan (Y) layak digunakan. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana

suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Cronbach alpha karena instrumen penelitian ini angket dan skala bertingkat. Ada pun hasil uji reliabilitas yang diolah menggunakan program SPSS 21 For Window adalah sebagai berikut:

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | r kritis | Keterangan |
|------------------------------------|------------------|----------|------------|
| Variabel X (Kualitas Pelayanan) | 0,836 | 0,6 | Realabel |
| Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) | 0,694 | 0,6 | Realabel |

Sumber: data primer yang diolah dengan program SPSS 21 For Window

Hasil Uji Reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dikatakan reliabel, dikarenakan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari r kritis. Dimana nilai Cronbach's Alpha Kualitas Pelayanan Jasa (X) sebesar $0,836 > 0,6$, maka dapat dikatakan reliabel. Begitu pula nilai Cronbach's Alpha variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $0,694$ maka variabel Kepuasan Pelanggan $0,694$ maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ini pun dapat dikatakan reliabel.

c. Analisis Deskripsi Kualitas Pelayanan jasa (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap

perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang, maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang. Adapun range skor kuesioner kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Range Skor Kualitas Pelayanan (X)

| Range Skor | Kriteria Penilaian |
|------------|---------------------|
| 100 - 180 | Sangat Tidak Setuju |
| 181 - 260 | Tidak Setuju |
| 261 - 340 | Netral |
| 341 - 420 | Setuju |
| 421 - 500 | Sangat Setuju |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan penelitian lapangan diperoleh skor responden variable kualitas pelayanan (X) sebagai berikut: Tabel 11, Skor Kuesioner Pertanyaan 1 Kualitas Pelayanan (X). Tabel 7:

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|-----------------------------------|-----|------------------|------|
| 1 | Memberikan pelayanan sesuai janji | SS | 38 | 190 |
| | | S | 49 | 196 |
| | | N | 11 | 33 |
| | | TS | 1 | 2 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 422 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan pertama yaitu memberikan pelayanan sesuai janji, sebanyak 38 orang (190) menjawab sangat setuju, 49 orang (196) menjawab setuju, 11 orang (33) menjawab netral, 1 orang (2) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 422 berada di range 421-500 dengan kriteria penilaian sangat setuju.

Tabel 8 Skor Kuesioner Pertanyaan 2 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 2 | Melakukan pelayanan yang tepat dan akurat | SS | 37 | 185 |
| | | S | 46 | 184 |
| | | N | 14 | 42 |
| | | TS | 3 | 6 |
| | | STS | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 100 | 417 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kedua yaitu melakukan pelayanan yang tepat dan akurat, sebanyak 37 orang (185) menjawab sangat setuju, 46 orang (184) menjawab setuju, 14 orang (42) menjawab netral, dan 3 orang (6) menjawab tidak setuju, dengan skor total 417 berada di range 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 9 Skor Kuesioner pertanyaan 3 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 3 | Karyawan dapat memecahkan masalah pelanggan. | SS | 32 | 160 |
| | | SS | 51 | 204 |
| | | N | 14 | 42 |
| | | TS | 3 | 6 |
| | | STS | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 100 | 412 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan ketiga yaitu karyawan dapat memecahkan masalah pelanggan, sebanyak 32 orang (160) menjawab sangat setuju, 51 orang (204) menjawab setuju, 14 orang (42) menjawab netral, dan 3 orang (6) menjawab tidak setuju, dengan skor total 412 berada di range 341-420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 10, Skor Kuesioner Pertanyaan 4 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 5 | Karyawan memberitahukan jadwal pelayanan. | SS | 10 | 50 |
| | | S | 43 | 172 |
| | | N | 31 | 93 |
| | | TS | 10 | 20 |
| | | STS | 6 | 6 |
| Jumlah | | | 100 | 341 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan keempat yaitu karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan, sebanyak 35 orang (175) menjawab sangat setuju, 39 orang (156) menjawab setuju, 22 orang (66) menjawab netral, dan 4 orang (8) menjawab tidak setuju, dengan skor total 405 berada di range 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 11 Skor Kuesioner Pertanyaan 5 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 6 | Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup | SS | 23 | 115 |
| | | S | 61 | 244 |
| | | N | 12 | 36 |
| | | TS | 2 | 4 |
| | | STS | 2 | 2 |
| Jumlah | | | 100 | 399 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kelima yaitu karyawan memberitahukan jadwal pelayanan, sebanyak 10 orang (50) menjawab sangat setuju, 43 orang (172) menjawab setuju, 31 orang (93) menjawab netral, 10 orang (20) menjawab tidak setuju, dan 6 orang (6) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 341 berada di range skor 341 - 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 12 Skor Kuesioner Pertanyaan 6 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 7 | Karyawan mampu memberikan rasa aman disetiap transaksi. | SS | 41 | 205 |
| | | S | 46 | 184 |
| | | N | 9 | 27 |
| | | TS | 3 | 6 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 423 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan keenam yaitu karyawan memiliki pengetahuan yang cukup, sebanyak 23 orang (115) menjawab sangat setuju, 61 orang (244) menjawab setuju, 12 orang (36) menjawab netral, 2 orang (4) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 399 berada di rang skor 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 13 Skor Kuesioner Pertanyaan 7 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|----------------------------|-----|------------------|------|
| 8 | Karyawan dapat di percaya. | SS | 44 | 220 |
| | | S | 44 | 176 |
| | | N | 10 | 30 |
| | | TS | 2 | 4 |
| | | STS | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 100 | 430 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan ketujuh yaitu karyawan mampu memberikan rasa aman disetiap transaksi, sebanyak 41 orang (205) menjawab sangat setuju, 46 orang (184) menjawab setuju, 9 orang (27) menjawab netral, 3 orang (6) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju,

dengan skor total 423 berada di range 421 – 500 dengan kriteria penilaian sangat setuju.

Tabel 4.14 Skor Kuesioner Pertanyaan 8 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 9 | Karyawan peka dalam mengetahui keinginan pelanggan. | SS | 25 | 125 |
| | | SS | 40 | 160 |
| | | N | 30 | 90 |
| | | TS | 4 | 8 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 384 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kedelapan yaitu karyawan dapat di percaya, sebanyak 44 orang (220) menjawab sangat setuju, 44 orang (176) menjawab setuju, 10 orang (30) menjawab netral, dan 2 orang (4) menjawab tidak setuju, dengan skor total 430 berada di range 421 – 500 dengan kriteria penilaian sangat setuju.

Tabel 4.15 Skor Kuesioner Pertanyaan 9 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 10 | Karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan | SS | 15 | 75 |
| | | S | 42 | 168 |
| | | N | 31 | 93 |
| | | TS | 8 | 16 |
| | | STS | 4 | 4 |
| Jumlah | | | 100 | 356 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kesembilan yaitu karyawan peka dalam mengetahui keinginan pelanggan, sebanyak 25 orang (125) menjawab sangat setuju, 40 orang (160) menjawab setuju, 30 orang (90) menjawab netral, 4 orang (8) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 384 berada di range 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 16. Skor Kuesioner Pertanyaan 10 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 11 | Karyawan memberikan perhatian personal. | SS | 12 | 60 |
| | | S | 31 | 124 |
| | | N | 36 | 108 |
| | | TS | 19 | 38 |
| | | STS | 2 | 2 |
| Jumlah | | | 100 | 332 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kesepuluh yaitu karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan, sebanyak 15 orang Menjawab sangat setuju, 42 orang (168) menjawab setuju, 31 orang (93) menjawab netral, 8 orang (16) menjawab netral, dan 4 orang (4) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 356 berada di range 341 – 420 dengan kriteria setuju.

Tabel 17 Skor Kuesioner Pertanyaan 11 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 11 | Karyawan memberikan perhatian personal. | SS | 12 | 60 |
| | | S | 31 | 124 |
| | | N | 36 | 108 |
| | | TS | 19 | 38 |
| | | STS | 2 | 2 |
| Jumlah | | | 100 | 332 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kesebelas yaitu karyawan memberikan perhatian personal, sebanyak 12 orang (60) menjawab sangat setuju, 31 orang (124) menjawab setuju, 36 orang (108) menjawab netral, 19 orang (38) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 332 berada di range 261 – 340 dengan kriteria netral Skor Kuesioner Pertanyaan 12 Kualitas Pelayanan (X). Tabel 18:

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---|-----|------------------|------|
| 12 | Lengkapya fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan. | SS | 22 | 110 |
| | | S | 46 | 184 |
| | | N | 19 | 57 |
| | | TS | 11 | 22 |
| | | STS | 2 | 2 |
| Jumlah | | | 100 | 375 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan keduabelas lengkapnya fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, 22 orang (110) menjawab sangat setuju, 46 orang (184) menjawab setuju, 19 orang (57) menjawab netral, 11 orang (22) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 375 berada di range 341 – 420 dengan penilaian setuju.

Tabel 20. Skor Kuesioner Pertanyaan 13 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|----------------------------------|-----|------------------|------|
| 13 | Peralatan perusahaan yang modern | SS | 38 | 190 |
| | | S | 49 | 196 |
| | | N | 10 | 30 |
| | | TS | 3 | 6 |
| | | STS | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 100 | 422 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan ketiga belas yaitu peralatan perusahaan yang modern, sebanyak 38 orang (190) menjawab sangat setuju, 49 orang (196) menjawab setuju, 10 orang (30) menjawab netral, dan 3 orang (6) menjawab tidak setuju, dengan skor total 422 berada di range skor 421 – 500 dengan penilaian sangat setuju.

Tabel 21. Skor Kuesioner Pertanyaan 14 Kualitas Pelayanan (X)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|---------------------------------------|-----|------------------|------|
| 14 | Penampilan karyawan rapi dan menarik. | SS | 30 | 150 |
| | | S | 47 | 188 |
| | | N | 20 | 60 |
| | | TS | 2 | 4 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 403 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan keempat belas yaitu penampilan karyawan rapi dan menarik, sebanyak 30 orang (150) menjawab sangat setuju, 47 orang (188) menjawab setuju, 20 orang (60) menjawab netral, 2 orang (4) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 403 berada di range skor 341 – 420 dengan penilaian setuju. Analisis deskripsi tentang kualitas pelayanan jasa (X) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 22 Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa (X)

| Skor Total | Skor dalam persen (%) |
|------------|--|
| 5521 | $\frac{5521}{14 \times 5 \times 100} \times 100\% = 78,87\%$ |

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Maka dapat dihasilkan data peringkat kualitas pelayanan seperti yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 23. Kriteria Interpretasi Skor Kualitas Pelayanan (X)

| Interval tingkat intensitas | Kriteria |
|-----------------------------|-------------------|
| 20% - 36% | Sangat tidak baik |
| 37% - 52% | Tidak baik |
| 53% - 68% | Cukup baik |
| 69% - 84% | Baik |
| 85% - 100% | Sangat baik |

Sumber: data primer yang telah diolah, 2017

Kriteria Interpretasi Skor Kualitas Pelayanan (X) di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang baik, hal ini terlihat dari tabel 4.23. skor tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa (X) sebesar 78,87% dimana apabila kita lihat pada tabel 4.9. kriteria interpretasi skor, berada diantara 61% - 80% dengan kriteria baik. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan jasa PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang adalah baik.

Tabel 24. Range Skor Kepuasan Pelanggan (Y) Range Skor

| Range Skor | Kriteria Penilaian |
|------------|---------------------|
| 100 - 180 | Sangat Tidak Setuju |
| 181 - 260 | Tidak Setuju |
| 261 - 340 | Netral |
| 341 - 420 | Setuju |
| 421 - 500 | Sangat Setuju |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan penelitian lapangan diperoleh skor responden variabel kualitas pelayanan (X) sebagai berikut:

Tabel 25 Skor Kuesioner Pertanyaan 1 Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 1 | Produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan. | SS | 45 | 225 |
| | | S | 49 | 196 |
| | | N | 4 | 12 |
| | | TS | 1 | 2 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 436 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan pertama yaitu produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan, sebanyak 45 orang (225) menjawab sangat setuju, 49 orang (196) menjawab setuju, 4 orang (12) menjawab netral, 1 orang (2) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 436 berada di range 421 – 500 dengan kriteria penilaian sangat setuju.

Tabel 26. Skor Kuesioner Pertanyaan 2 Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 2 | Kualitas pelayanan yang dilakukan telah memberikan kepuasan. | SS | 50 | 250 |
| | | S | 39 | 156 |
| | | N | 11 | 33 |
| | | TS | 0 | 0 |
| | | STS | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 100 | 439 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kedua yaitu kualitas pelayanan yang dilakukan telah memberikan kepuasan, sebanyak 50 orang (250) menjawab sangat setuju, 39 orang (156) menjawab setuju, dan 11 orang (33) menjawab cukup setuju, dengan skor total 439 berada di range 421 – 500 dengan kriteria penilaian sangat setuju.

Tabel 27. Skor Kuesioner Pertanyaan 3 Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 3 | Tidak ada komplain atau keluhan terhadap pelayanan kantor pos. | SS | 32 | 160 |
| | | S | 29 | 116 |
| | | N | 32 | 96 |
| | | TS | 6 | 12 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 385 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan ketiga yaitu tidak ada komplain atau keluhan terhadap pelayanan kantor pos, sebanyak 32 orang (160) menjawab sangat setuju, 29 orang (116) menjawab setuju, 32 orang (96) menjawab netral, 6 orang (12) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 385 berada di range 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 28. Skor Kuesioner Pertanyaan 4 Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 4 | Pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di kantor pos. | SS | 10 | 50 |
| | | SS | 42 | 168 |
| | | N | 39 | 117 |
| | | TS | 8 | 16 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 352 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan keempat yaitu pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di kantor pos, sebanyak 10 orang (50) menjawab sangat setuju, 42 orang (168) menjawab setuju, 39 orang (117) menjawab netral, 8 orang (16) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 352 berada

di range skor 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Tabel 29. Skor Kuesioner Pertanyaan 5 Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Item Pertanyaan | Ket | Jumlah Responden | Skor |
|--------|--|-----|------------------|------|
| 5 | Melakukan transaksi dikantor pos merupakan sebuah pengalaman yang bagus. | SS | 26 | 130 |
| | | SS | 41 | 164 |
| | | N | 29 | 87 |
| | | TS | 3 | 6 |
| | | STS | 1 | 1 |
| Jumlah | | | 100 | 388 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada pertanyaan kelima yaitu melakukan transaksi di kantor pos merupakan sebuah pengalaman yang bagus, sebanyak 26 orang (130) menjawab sangat setuju, 41 orang (164) menjawab setuju, 29 orang (87) menjawab netral, 3 orang (6) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1) menjawab sangat tidak setuju, dengan skor total 388 berada di range 341 – 420 dengan kriteria penilaian setuju.

Analisis deskripsi tentang kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 30. Skor Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

| Skor Total | Skor dalam persen (%) |
|------------|--|
| 2000 | $\frac{2000}{5 \times 5 \times 100} \times 100\% = 80\%$ |

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Maka dapat dihasilkan data peringkat kepuasan pelanggan seperti yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 31 Kriteria Interpretasi Skor Kepuasan Pelanggan (Y)

| Interval tingkat intensitas | Kriteria |
|-----------------------------|-------------------|
| 20% - 36% | Sangat tidak puas |
| 37% - 52% | Tidak puas |
| 53% - 68% | Cukup puas |
| 69% - 84% | Puas |
| 85% - 100% | Sangat puas |

Sumber: data diolah, 2017

Kriteria Interpretasi Skor Kepuasan Pelanggan di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang baik, hal ini terlihat dari tabel 4.31. skor tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80% dimana kriteria interpretasi skor, berada diantara 61% - 80% dengan kriteria puas. Hal ini membuktikan bahwa

kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang adalah puas.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Sederhana

Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Adapun hasil analisis regresi sederhana yang diolah menggunakan program *SPSS 21 For Windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 32. Hasil Analisis Regresi Sederhana

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,674 | 1,530 | | 2,401 | ,018 |
| Kualitas Pelayanan Jasa | ,296 | ,027 | ,736 | 10,762 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah dengan program *SPSS 21 For Window*

Hasil Analisis Regresi Sederhana yang diolah menggunakan SPSS 21 For Window di atas dapat disimpulkan bahwa (a) = 3,674 dan beta = 0,736, maka diperoleh persamaan perhitungannya $y = 3,674 + 0,736 X$. Koefisien regresi 0,736 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% variabel kualitas pelayanan jasa (X) maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkatkan sebesar 0,736.

Analisis Korelasi Spearman Rank

Untuk mengetahui tingkat hubungan (korelasi) bila datanya berbentuk ordinal maka digunakan teknik statistik Korelasi Spearman Rank. Ada pun hasil analisis Korelasi Spearman Rank yang diolah menggunakan program *SPSS 21 For Windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 33. Nilai Korelasi Rank Spearman

| | | kualitas pelayanan jasa | kepuasan pelanggan |
|----------------|-------------------------|---|------------------------|
| Spearman's rho | kualitas pelayanan jasa | Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N | 1,000 ,727** 100 |
| | kepuasan pelanggan | Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N | ,727** ,000 100 |

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

Sumber: data primer yang diolah dengan program *SPSS 21 For Window*

Nilai Korelasi Rank Spearman di atas yang diolah menggunakan SPSS 21 For windows menunjukkan bahwa output kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan pelanggan menghasilkan angka 0,727. Berdasarkan kriteria, angka tersebut bermakna bahwa hubungan variabel kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan kuat. Hal ini di perjelas dengan melihat tabel berikut ini:

Tabel 34. Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi Interval Koefisien

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

Sumber : Sugiyono (2015:184)

Uji hipotesis

Dalam penelitian ini, dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan jasa sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Ada pun hasil uji hipotesis yang diolah dengan menggunakan SPSS 21 For Windows adalah sebagai berikut: Tabel 35 Hasil Uji Hipotesis

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,674 | 1,530 | | 2,401 | ,018 |
| Kualitas Pelayanan Jasa | ,296 | ,027 | ,736 | 10,762 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah dengan program SPSS 21 For Window

Langkah-langkah melakukan uji hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang.

b. Tingkat Signifikansi

Taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 (5%). Hasil Uji Hipotesis, signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,000 artinya variabel kualitas pelayanan lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan H_0 diterima.

c. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan Tabel 4.35. Hasil Uji Hipotesis, maka t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 10,672.

d. Menentukan t_{tabel}

Untuk menghitung t_{tabel} digunakan rumus interpolasi berikut:

$$t_{tabel} = t_0 + \frac{t_1 - t_0}{B_1 - B_0} x (B - B_0)$$

Dimana:

t_0 = nilai t_{tabel} pada awal nilai yang sudah ada (2,000)

t_1 = nilai t_{tabel} pada akhir nilai yang sudah ada (1,980)

B = nilai dk yang dicari (98)

B_0 = nilai dk pada awal nilai yang sudah ada (60)

B_1 = nilai dk pada akhir nilai yang sudah ada. (120)

dk = n-2

= 100-2

= 98

$$t_{tabel} = 2,000 + \frac{1,980 - 2,000}{120 - 60} x (98 - 60)$$

$$t_{tabel} = 2,000 + \frac{-0,02}{60} x (38)$$

$$t_{tabel} = 2,000 + \frac{-0,02}{60} x (38)$$

$$t_{tabel} = 2,000 - 0,01267$$

$$t_{tabel} = 1,98733$$

e. Kriteria pengujian

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

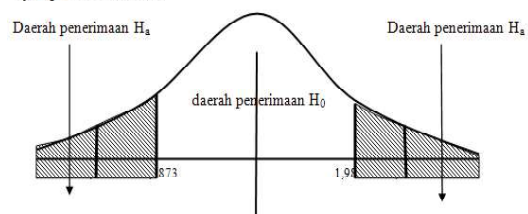
f. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (10,672 > 1,9873)

g. Membuat kesimpulan

Berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} (10,672) > t_{tabel} (1,9873) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang peneliti gambarkan pada gambar berikut:

Uji Hipotesis Dua Pihak



uji hipotesis dua pihak diatas, dapat dilihat bahwa t_{hitung} jatuh didaerah penolakan H_0 , ini berarti H_1 diterima. sehingga dapat dikatakan bahwa benar adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat yang paling baik antara dua variabel atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi dari variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X) terhadap variasi naik turunnya

variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Adapun hasil uji

koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS 21 For Windows adalah sebagai berikut:

Tabel 36. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | ,736 ^a | ,542 | ,537 | 2,00086 | ,542 | 115,817 | 1 | 98 | ,000 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Jasa

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah dengan program SPSS 21 For Window

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang sebesar 54,20% sedangkan sisanya sebesar 45,80% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti. Nilai 54,20% menunjukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang.

Kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat di tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa yang diukur dengan 5. (lima) indikator meliputi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang adalah sebesar 78,87% masuk dalam kriteria baik. Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang adalah sebesar 80% masuk dalam kriteria puas. Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa t_{hitung} (10,762) lebih besar dari t_{tabel} (1,9873) maka dapat dikatakan bahwa benar adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang yaitu sebesar 54,20% sedangkan sisanya sebesar 45,80% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberi saran atau rekomendasi dalam perbaikan kedepan seperti berikut: Sebaiknya PT.

Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang yang memiliki citra baik harus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik guna meningkatkan kepuasan pelanggan kearah yang lebih baik lagi. Sebaiknya PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan. Sebaiknya PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang memperhatikan faktor lainnya di luar kualitas pelayanan yang berdasarkan hasil penelitian cukup berpengaruh sehingga kebutuhan pelanggan semakin terpenuhi

DAFTAR PUSTAKA

- Devianti. 2014. *Devinisi kualitas menurut Goetsch dan davis*. Diakses dari <http://deviantipscjumat.blogspot.com/2014/04/devinisi-kualitas-menurut-goetsch-dan.html> [18 Januari 2017]
- Hadiyati, E. *Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan*. Jurnal Universitas Gajayana Malang. Volume 2 nomor 2, hlm 81-90
- Musanto, T. 2004. *Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal ekonomi manajemen. Volume 6 nomor 2
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran jasa*. Malang: Banyumedia