

PENGARUH KUALITAS SISTEM PELAYANAN JASA TERHADAP PELANGGAN

Felix Semaun

Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Kapuas

Email : felix.unka@gmail.com

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

Abstrak, Seiring dengan perkembangan zaman yang disertai dengan kemajuan teknologi saat ini mengakibatkan kebutuhan hidup masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan semakin meningkat. 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

Kata kunci : Pengiriman, Pelayanan

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, Zeithml, dan Berry (Tjiptono dan Chandra 2016:13) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang diurutkan berdasarkan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu : realibilitas (*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 (*realibility*) sering terjadinya gangguan jaringan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan pelanggan saat akan melakukan transaksi. Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan, dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang”. Penelitian ini memfokuskan pada: Adakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang? Berapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang? Tujuan umum dari penelitian ini adalah “Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang.” Adapun yang menjadi tujuan khusus dalam penelitian ini adalah: 1). Mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang. 2). Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Pandan Sintang. Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai berikut: Secara teoritis, diharapkan dari hasil penelitian ini menjadi salah satu karya ilmiah yang dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu Administrasi Niaga pada umumnya, dan khususnya untuk kajian kebijakan dan strategi pemasaran. Secara Praktis, untuk memberikan masukan bagi pihak perusahaan dalam memecahkan masalah yang dihadapi khususnya masalah yang menyangkut tentang pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

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 mengelompokkan 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.

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu hal yang berkenaan dengan tempat dimana penelitian dilakukan atau tempat terjadinya masalah yang diteliti. Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian di PT. Pos Indonesia cabang Pandan sintang. Alasan peneliti memilih objek tersebut adalah dengan pertimbangan bahwa peneliti berdomisili di kecamatan yang sama sehingga mempermudah memperoleh data serta waktu, tenaga, dan biaya yang di digunakan seefisien mungkin.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80) bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna layanan jasa PT. Pos Indonesia cabang Sintang Pandan.

Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Menurut Mao Purba (Ghazali, 2010:11) dalam menentukan besarnya sampel, maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

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 digunakan 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. Menurut Sugiyono (2006:73) aksidental sampling adalah “teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data.”

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya.”

1) Variabel bebas (*Independen*)

Menurut Sugiyono (2015:39) variabel bebas adalah “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 (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Tjiptono dan Chandra 2016:137).

- (1). Realibilitas (*reability*), 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.
- (5). Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fisik, perlengkapan, dan material yang di gunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

2) Variabel terikat (*dependen*)

Menurut Sugiyono (2015:39) bahwa “variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independen*). Variabel terikat (*dependen*) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan aspek kepuasan pelanggan yang merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Musanto 2004:125).

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:102) menyatakan bahwa “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:

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

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi atau responden

x = skor pertanyaan

y = skor total

Menurut Sugiyono (2015:126) bahwa “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.

Menurut Sugiyono (2013:130) bahwa “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

Menurut Nasution dan Usman (Hermansyah 2006) bahwa “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

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Kuesioner (angket)

Sugiyono (2015:142) mengemukakan bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang diharapkan responden.

2) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:140) bahwa “dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik non parametris. Digunakannya statistik non parametris karena data yang dianalisis merupakan data ordinal.

1. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Riduwan dan Sunarto (2013:96) bahwa “kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui.” Adapun rumus regresi sederhana adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

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

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

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

Menurut Sugiyono (2015:153) bahwa “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 = Nilai Korelasi Spearman Rank
 d² = 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.

3. 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 Ho diterima dan Ha ditolak.

Bila t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui arah dan pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefisien determinasi (R²). Besarnya koefisien adalah 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi 0 berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka pengaruh tersebut positif dan kuat. Koefisien determinasi (R²) 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 (R²) adalah sebagai berikut:

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

Hasil dan Pembahasan

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 Jasa (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 *SPPS 21 For Window*

Dari Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan Jasa (X) dapat di simpulkan bahwa instrumen pada variabel Kualitas Pelayanan Jasa (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	0,515	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
	0,505	0,3	Valid

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

Dari Tabel 4 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.

b. Uji Reliabilitas

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:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

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

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

Dari tabel Tabel 4.7. 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 $0,694 > 0,6$ 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. PosIndonesiaCabang Pandan Sintang

Tabel 6. Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa (X)

No	Item pertanyaan	SS		S		CS
		F	%	F	%	F
1	Memberikan pelayanan sesuai janji	38	38	49	49	11
2	Melakukan pelayanan yang tepat dan akurat	37	37	46	46	14
3	Karyawan dapat memecahkan masalah pelanggan.	32	32	51	51	14
4	Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.	35	35	39	39	22
5	Karyawan memberitahukan jadwal pelayanan.	10	10	43	43	31
6	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup	23	23	61	61	12
7	Karyawan mampu memberikan rasa aman disetiap transaksi.	41	41	46	46	9
8	Karyawan dapat di percaya.	44	44	44	44	10
9	Karyawan peka dalam mengetahui keinginan pelanggan.	25	25	40	40	30
10	Karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan	15	15	42	42	31
11	Karyawan memberikan perhatian personal.	12	12	31	31	36
12	Karyawan memiliki file					

10	Karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan	15	15	42	42	31	31	8	8	4	4	356
11	Karyawan memberikan perhatian personal.	12	12	31	31	36	36	19	19	2	2	332
12	Lengkapya fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan.	22	22	46	46	19	19	11	11	2	2	375
13	Peralatan perusahaan yang modern	38	38	49	49	4	4	1	1	1	1	422
14	Penampilan karyawan rapi dan menarik.	30	30	47	47	20	20	2	2	1	1	403
Jumlah												5521

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 7. Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa (X) diatas dapat dideskripsikan bahwa:

a) Pada pertanyaan pertama yaitu memberikan pelayanan sesuai janji, sebanyak 38 orang (38%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49%) menjawab setuju, 11 orang (11%) menjawab cukup setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

b) Pada pertanyaan kedua yaitu melakukan pelayanan yang tepat dan akurat, sebanyak 37 orang (37%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46%) menjawab setuju, 14 orang (14%) menjawab cukup setuju, dan 3 orang (3%) menjawab tidak setuju.

c) Pada pertanyaan ketiga yaitu karyawan dapat memecahkan masalah pelanggan, sebanyak 32 orang (32%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51%) menjawab setuju, 14 orang (14%) menjawab cukup setuju, dan 3 orang (3%) menjawab tidak setuju.

d) Pada pertanyaan keempat yaitu karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan, sebanyak 35 orang (35%) menjawab sangat setuju, 39 orang (39%) menjawab setuju, 22 orang (22%) menjawab cukup setuju, dan 4 orang (4%) menjawab tidak setuju.

e) Pada pertanyaan kelima yaitu karyawan memberitahukan jadwal pelayanan, sebanyak 10 orang (10%) menjawab sangat setuju, 43 orang (43%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab cukup setuju, 10 orang (10%) menjawab tidak setuju, dan 6 orang (6%) menjawab sangat tidak setuju.

f) Pada pertanyaan keenam yaitu karyawan memiliki pengetahuan yang cukup, sebanyak 23 orang (23%) menjawab sangat setuju, 61 orang (61%) menjawab setuju, 12 orang (12%) menjawab cukup setuju, 2 orang (2%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

g) Pada pertanyaan ketujuh yaitu karyawan mampu memberikan rasa aman disetiap transaksi, sebanyak 41 orang (41%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46%) menjawab setuju, 9 orang (9%) menjawab cukup setuju, 3 orang (3%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

h) Pada pertanyaan kedelapan yaitu karyawan dapat di percaya, sebanyak 44 orang (44%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44%) menjawab setuju, 10 orang (10%) menjawab cukup setuju, dan 2 orang (2%) menjawab tidak setuju.

i) Pada pertanyaan kesembilan yaitu karyawan peka dalam mengetahui keinginan pelanggan, sebanyak 25 orang (25%) menjawab sangat setuju, 40 orang (40%) menjawab setuju, 30 orang (30%) menjawab cukup setuju, 4 orang (4%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

j) Pada pertanyaan kesepuluh yaitu karyawan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan, sebanyak 15 orang (15%) menjawab sangat setuju, 42 orang (42%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab cukup setuju, 8 orang (8%) menjawab tidak setuju, dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

k) Pada pertanyaan kesebelas yaitu karyawan memberikan perhatian personal, sebanyak 12 orang (12%) menjawab sangat setuju, 31 orang (31%) menjawab setuju, 36 orang (36%) menjawab cukup setuju, 19 orang (19%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

l) Pada pertanyaan duabelas lengkapnya fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, 22 orang (22%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46%) menjawab setuju, 19 orang (19%) menjawab cukup setuju, 11 orang (11%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

m) Pada pertanyaan ketiga belas yaitu peralatan perusahaan yang modern, sebanyak 38 orang (38%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49%) menjawab

setuju, 10 orang (10%) menjawab cukup setuju, dan 3 orang (3%) menjawab tidak setuju.

n) Pada pertanyaan keempat belas yaitu penampilan karyawan rapi dan menarik, sebanyak 30 orang (30%) menjawab sangat setuju, 47 orang (47%) menjawab setuju, 20 orang (20%) menjawab cukup setuju, 2 orang (2%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Analisis deskripsi tentang kualitas pelayanan jasa (X) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. 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

Berdasarkan Tabel diatas Kriteria Interpretasi Skor Kualitas Pelayanan Jasa (X) di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang baik, hal ini terlihat dari tabel 7. skor tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa (X) sebesar

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

Tabel 9. Kriteria Interpretasi Skor Kualitas Pelayanan Jasa (X)

Interval tingkat intensitas	Kriteria
0% - 20%	Sangat tidak baik
21% - 40%	Tidak baik
41% - 60%	Cukup baik
61% - 80%	baik
81% - 100%	Sangat baik

Sumber: data primer yang telah diolah, 2017

78,87% dimana apabila kita lihat pada tabel 8. 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 10. Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Item pertanyaan	SS		S		CS		TS		STS		skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan.	45	45	49	49	4	4	1	1	1	1	436
2	Kualitas pelayanan yang dilakukan telah memberikan kepuasan.	50	50	39	39	11	11	0	0	0	0	439
3	Tidak ada komplain atau keluhan terhadap pelayanan kantor pos.	32	32	29	29	32	32	6	6	1	1	385
4	Pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di kantor pos.	10	10	42	42	39	39	8	8	1	1	352
5	Melakukan transaksi di kantor pos merupakan sebuah pengalaman yang bagus.	26	26	41	41	29	29	3	3	1	1	388
Jumlah												2000

Sumber: data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 10. Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diatas dapatdideskripsikan bahwa:

a) Pada pertanyaan pertama yaitu produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan, sebanyak 45 orang (45%) menjawab sangat setuju,

49 orang (49%) menjawab setuju, 4 orang (4%) menjawab cukup setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

b) Pada pertanyaan kedua yaitu kualitas pelayanan yang dilakukan telah memberikan kepuasan, sebanyak 50 orang (50%) menjawab sangat setuju, 39 orang (39%) menjawab setuju, dan 11 orang (11%) menjawab cukup setuju.

c) Pada pertanyaan ketiga yaitu tidak ada komplain atau keluhan terhadap pelayanan kantor pos, sebanyak 32 orang (32%) menjawab sangat setuju, 29 orang (29%) menjawab setuju, 32 orang (32%) menjawab cukup setuju, 6 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

d) Pada pertanyaan keempat yaitu pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di kantor pos, sebanyak 10 orang (10%) menjawab sangat setuju, 42 orang (42%) menjawab setuju, 39 orang (39%) menjawab cukup setuju, 8 orang (8%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

e) Pada pertanyaan kelima yaitu melakukan transaksi di kantor pos merupakan sebuah pengalaman yang bagus, sebanyak 26 orang (26%) menjawab sangat setuju, 41 orang (41%) menjawab setuju, 29 orang (29%) menjawab cukup setuju, 3

orang (3%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

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

Tabel 11. 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 12. Kriteria Interpretasi Skor Kepuasan Pelanggan (Y)

Interval tingkat intensitas	Kriteria
0% - 20%	Sangat tidak puas
21% - 40%	Tidak puas
41% - 60%	Cukup puas
61% - 80%	Puas
81% - 100%	Sangat puas

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 12. Kriteria Interpretasi Skor Kepuasan Pelanggan di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang baik, hal ini terlihat dari tabel 11. skor tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80% dimana apabila kita lihat pada tabel 12. 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

a. 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 13. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

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

Dari hasil uji Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Sederhana yang diolah menggunakan SPSS 21 For Window di atas dapat disimpulkan bahwa $\alpha = 3,674$ 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.

b. 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 14. Nilai Korelasi Rank Spearman

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

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

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

Berdasarkan Tabel 14. Nilai Korelasi Rank Spearman diatas 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 dibawah ini:

Tabel 15. 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)

c. 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. 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. Menentukan t_{hitung} hasil uji t_{hitung} dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$t_{hitung} = \frac{0,727 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,727^2}}$$

$$t_{hitung} = 10,481$$

c. 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

$$t_{tabel} = 2,000 + \frac{1,980 - 2,000}{\frac{100 - 60}{-0,02}} \times (98 - 60)$$

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

d. Kriteria pengujian

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

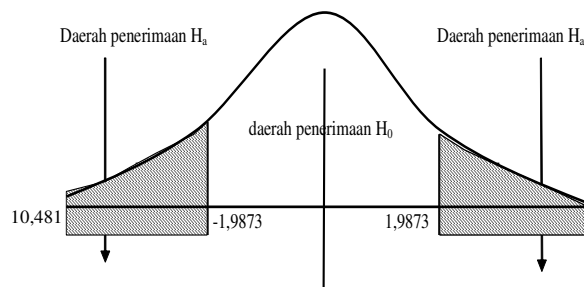
Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

e. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}
 Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,481 > 1,9873$)

f. Membuat kesimpulan

Berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} ($10,481$) $>$ t_{tabel} ($1,9873$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang peneliti gambarkan pada gambar berikut:

Gambar 4.1. Uji Hipotesis Dua Pihak



Dari gambar 4.1. 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.

g. 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 adalah sebagai berikut:

Dari uji koefisien determinasi (R^2) diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang sebesar 58,8529% sedangkan sisanya sebesar 41,1471% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti. Nilai 58,8529% menunjukkan 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:

1. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa yang diukur dengan 14 pertanyaan terhadap 100 responden pada PT. Pos Indonesia dikatakan baik yakni sebesar 78,87%, hal ini diperjelas dengan melihat tabel interpretasi skor kualitas pelayanan jasa yang berada di rentang 61% - 80% dengan kriteria baik. Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan 5 pertanyaan terhadap 100 responden pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang dikatakan puas dengan persentase skor total 80%, hal ini juga diperjelas dengan melihat tabel interpretasi skor kepuasan pelanggan yang berada direntang 61% - 80% dengan kriteria puas.

2. 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.

3. Berdasarkan uji hipotesis bahwa t_{hitung} ($10,481$) $>$ 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.

4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang yaitu sebesar 58,8529% sedangkan sisanya sebesar 41,1471% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.

Saran

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

1. Sebaiknya PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang yang memiliki citra baik harus terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang meliputi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*) guna meningkatkan kepuasan pelanggan kearah yang lebih baik lagi.
2. Sebaiknya perusahaan berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan.
3. Sebaiknya PT. Pos Indonesia Cabang Pandan Sintang memperhatikan faktor lainya di luar kualitas pelayanan jasa yang berdasarkan hasil penelitian cukup berpengaruh sehingga kebutuhan pelanggan semakin terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budikho. 2016. *Delapan dimensi kualitas produk*. Diakses dari <http://www.google.co.id/m?q=8+kualitas+layanan+menurut+garvin> [18 Januari 2017]
- Burhanuddin, M. 2012. *Dimensi Kualitas Jasa*. Diakses dari http://alvinburhani.wordpress.com/2012/04/13/dimensi-kualitas-jasa/?e_pi=7%2C2776218087 [28 Oktober 2016]
- 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
- Hermansyah. 2014. *Pengaruh citra merk zuzuki new satria fu150 terhadap keputusan konsumen*. Jurnal ilmu sosial dan politik. Jilid 14 Nomor 2, hlm 219-228
- Irianto, A. 2004. *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Prenadamedia Group
- 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
- Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Thohuri, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Diakses dari <http://thohuri.blogspot.in/p/manajemen-pemasaran-jasa.html> [28 Oktober 2016]
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran jasa*. Malang: Banyumedia
- Widjoyo, I.O, Rumambi, L.J dan Kunto. 2013. *Analisa kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya*. Jurnal manajemen pemasaran. Volume 1 nomor 1, hlm1-12
- Ghazali, R.M. 2010. *Analisis Pengaruh Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Membeli*. Semarang: Universitas Diponegoro