

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. POS INDONESIA (*PERSERO*)
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:
AYU TITISSARI
NIM. 12402241018

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. POS INDONESIA (PERSERO)
KEDIRI**

SKRIPSI

Oleh:

Ayu Titissari

NIM. 12402241018

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 23 Desember 2016

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran

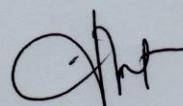
Jurusan Pendidikan Administrasi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,

Dosen Pembimbing



Muslikhah Dwihartanti, SIP., M.Pd.

NIP. 19780511 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

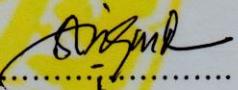
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) KEDIRI

Oleh:
Ayu Titissari
NIM. 12402241018

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Pada Tanggal 4 Januari 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Siti Umi Khayatun M, S.Pd., M.Pd.	Ketua Penguji		17/1/2017
Muslihah Dwihartanti, SIP., M.Pd.	Sekretaris Penguji		16/1/2017
Drs. Joko Kumoro, M.Si.	Penguji Utama		13/1/2017

Yogyakarta, 17 Januari 2017

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si
NIP. 19550328 198303 1 0024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Titissari
NIM : 12402241018
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (PERSERO) Kediri.**

Dengan ini saya menyatakan skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain atau telah dipergunakan dan diterima sebagai persyaratan dengan penyelesaian studi pada universitas lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 23 Desember 2016

Yang Menyatakan,



Ayu Titissari
NIM. 12402241018

MOTTO

Dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, maka dari Allah-lah (datangnya),
dan bila kamu ditimpa oleh kemudharatan,
maka hanya kepadaNya-lah kamu meminta pertolongan.

(An-Nahl, 53)

Memiliki tujuan di akhir perjalanan adalah sesuatu yang bagus,
tapi pada akhirnya, yang penting adalah perjalanannya.

(Ernest Hemingway)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrokhim, dengan mengucapkan Alhamdulillah, tugas akhir skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT. Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur dan memuji Allah atas segala limpahan rahmat dan nikmat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tuaku, Bapak Sugeng dan Ibu Supur Wati serta keluarga besar yang telah memberikan lantunan doa, kasih dan cintanya, perhatian, serta dukungan yang tiada henti.
3. Almamater Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. POS INDONESIA (PERSERO)
KEDIRI**

**Oleh:
Ayu Titissari
NIM. 12402241018**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (2) Besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (3) Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri dan diambil sampel sebanyak 100 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling insidental. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik Analisis data dilakukan dengan deskripsi data penelitian, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 24,8% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; (2) kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 16,4% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri; dan (3) kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 24,9% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

**THE EFFECTS OF THE SERVICE QUALITY
AND THE PRODUCT QUALITY
TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION
OF PT. POS INDONESIA (LIMITED LIABILITY COMPANY)
KEDIRI**

By:
Ayu Titissari
NIM. 12402241018

ABSTRACT

This research is aimed to know: (1) the amount of effect of the service quality towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (2) the amount of effect of the product quality towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (3) the amount of effects of the service quality and the product quality all together towards customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company).

This research was an ex-post facto research with a quantitative approach. The population of this was all customers who had done transaction at PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri and there was chosen about 100 customers. Sampling technique employed in this research was incidental sampling technique. The data collecting techniques were questionnaire and documentation. Data analyzing technique was done through description of the data, analysis prerequisite test, and hypothesis test.

The findings of this research show that: (1) the service quality has the effect about 24,8% and is significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; (2) the product quality has the effect about 16,4% and is significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri; and (3) the service quality and the product service all together have the effect about 24,9% and are significant for customer satisfaction of PT.Pos Indonesia (Limited Liability Company) Kediri.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya yang tak terhingga kepada penulis. Atas limpahan kasih sayang Allah SWT, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam senantiasa panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan tugas akhir skripsi tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang luar biasa kepada:

1. Bapak Prof. Rochmat Wahab, M.Pd., MA., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
3. Bapak Drs. Joko Kumoro, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Administrasi sekaligus penguji utama yang telah memberikan arahan dan ilmu demi terselesaiannya tugas akhir skripsi dengan baik.
4. Ibu Nadya Sasmita Wijayanti, S.A.B., M.Si., Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
5. Ibu Muslikhah Dwihartanti, SIP., M.Pd., Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar, penuh kasih sayang, mengarahkan, serta

memberikan motivasi dan ilmu selama pelaksanaan dan penyusunan tugas akhir skripsi.

6. Ibu Siti Umi Khayatun Mardiyah, S.Pd., M.Pd., Ketua Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan.
7. Bapak Ibu dosen Pendidikan Administrasi Perkantoran yang sudah memberikan bimbingan dan ilmunya selama perkuliahan.
8. Bapak Iskandar, Kepala Kantor Pos Kediri yang telah memberikan izin observasi dan penelitian dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
9. Ibu Lia Riany, Manajer Sumber Daya Manusia Kantor Pos Kediri yang telah memberikan bantuan dan pengarahan kepada penulis dalam penelitian tugas akhir skripsi.
10. Bapak dan Ibu Pegawai Kantor Pos Kediri yang sudah membantu dalam penyusunan tugas akhir skripsi.
11. Kedua Orang Tua serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungannya baik secara materil maupun imateril untuk membantu penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
12. Sahabat seperjuangan saya, Ari Suryani, Ayu Kurniawati, Andi Nawi, Meliana Mustofa, Siska Kartikasari, Arwan Daniel, Ayu Windari, Ulyyana Nur Alifa, Kathy Ermeysari, Utami Rahmawati, dan Nova Akmiliawati, terima kasih atas dukungan, semangat dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir skripsi. Teriring doa semoga persahabatan kita akan berjalan selamanya.

13. Teman-teman Pendidikan Administrasi Perkantoran 2012 yang telah bersama-sama merasakan nikmatnya dari awal hingga akhir perkuliahan.
14. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan sampai pada penyelesaian tugas akhir skripsi ini tak luput dari kesalahan dan keterbatasan, oleh karena itu penulis memohon maaf kepada semua pihak yang telah terlibat. Akhirnya, penulis berharap semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 23 Desember 2016



Ayu Titissari
NIM. 12402241018

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
2. Kualitas Pelayanan.....	18
3. Kualitas Produk	26
B. Penelitian yang Relevan	34
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Definisi Operasional.....	42
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45

F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Uji Coba Instrumen	48
H. Teknik Analisis Data	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 58
A. Hasil Penelitian.....	58
1. Deskripsi Tempat Penelitian.....	58
2. Deskripsi Data Penelitian	63
3. Pengujian Prasyarat Analisis	81
4. Pengujian Hipotesis	84
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102
 DAFTAR PUSTAKA	 103
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Skor Alternatif Jawaban.....	46
2. Kisi – Kisi Kualitas Pelayanan.....	47
3. Kisi – Kisi Kualitas Produk	47
4. Kisi – Kisi Kepuasan Pelanggan	48
5. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen	49
6. Pedoman Tingkat Koefisien Reliabilitas.....	50
7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	51
8. Kriteria Penilaian Komponen.....	53
9. Daftar Kantor Pos Pembantu Kota Kediri.....	60
10. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
11. Kriteria Penilaian Komponen.....	66
12. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Pelayanan	67
13. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	70
14. Kriteria Penilaian Komponen.....	71
15. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Produk	73
16. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	76
17. Kriteria Penilaian Komponen.....	77
18. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kepuasan Pelanggan.....	79
19. Ringkasan Hasil Uji Normalitas.....	81
20. Ringkasan Hasil Uji Linearitas	82

21. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
22. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X ₁ – Y).....	84
23. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X ₂ – Y).....	87
24. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Ganda.....	89
25. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian.....	39
2. Struktur Organisasi	62
3. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	65
4. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kualitas Pelayanan	68
5. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	71
6. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kualitas Produk	74
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	77
8. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kepuasan Pelanggan.....	80
9. Ringkasan Hasil Penelitian	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket Uji Coba Instrumen	107
2. Rekapitulasi Data Hasil Uji.....	111
3. Uji Validitas Instrumen	117
4. Uji Reliabilitas Instrumen	121
5. Angket Penelitian	123
6. Rekapitulasi Data Hasil Penelitian.....	127
7. Uji Deskriptif	142
8. Hasil Uji Normalitas	146
9. Hasil Uji Linearitas	147
10. Hasil Uji Multikolinearitas.....	148
11. Hasil Uji Hipotesis	149
12. Hasil Sumbangan Efektif dan Relatif.....	152
13. Surat-surat Penelitian	156

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti TIKI, JNE, PAHALA Express dan ESL Express. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut.

Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan.

Kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi serta kualitas pelayanan dan produk sangat menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi maka hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin dengan baik dan memungkinkan untuk terciptanya loyalitas pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi.

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki *brand* dan *image* yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup.

Bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan pelanggan jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dan kualitas produk yang bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena saat ini semakin meningkat persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi.

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

Selain kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk - produk yang diminati dan sesuai selera pelanggan. Produk yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan

demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

PT. Pos Indonesia Cabang Kediri dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis, dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Kediri dirasa kurang optimal sehingga pelanggan merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Pelayanan di bagian *customer service* dirasa kurang optimal dikarenakan karyawan yang bertugas pada bagian *customer service* hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebesar 25 orang per hari ke *customer service* untuk menanyakan beberapa hal yang masih belum dimengerti atau melakukan cap stempel untuk beberapa urusan yang membutuhkan cap dari kantor pos. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 1 di *customer service* menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 10 menit hingga 20 menit untuk bertemu.

Beberapa temuan lain terkait pelayanan adalah sistem pengantrean di loket. Pasalnya, saat para pelanggan melakukan transaksi harus mengantri sepanjang 10 orang hingga 15 orang dengan berdiri dikarenakan tidak adanya sistem nomor antrian pada loket. Loket yang berjumlah 8 dan seharusnya buka semua untuk melayani pelanggan yang buka hanya 3 sampai 4 sehingga memperparah antrian. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia sangat disayangkan mengingat perusahaan tersebut milik negara serta PT. Pos

Indonesia Cabang Kediri merupakan kantor pos pusat untuk wilayah karesidenan Kediri.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Robbet Agus Juwandono, SE selaku *Account Executive* Kantor Pos Kediri, beliau mengatakan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki 4 layanan paket pos yaitu Paket Pos Jumbo, Paket Pos Biasa, Paket Pos Kilat dan Paket Pos Kilat Khusus. Permasalahan yang sering muncul dalam bidang pengiriman paket yaitu pelaksanaan pengiriman yang berakhir pada keterlambatan. Paket Pos Kilat Khusus yang memberikan layanan prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia dalam jaminan waktu 4 hari penyerahan kiriman yang pada pelaksanaannya terkadang terjadi hambatan yang berakhir pada keterlambatan. Permasalahan juga sering terjadi pada paket kiriman biasa ataupun paket kiriman dari atau ke luar negeri yang terkadang terhambat karena proses pemeriksaan oleh bea cukai ataupun karena wilayah yang dituju sukar untuk ditempuh yang pada akhirnya menjadi permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT Pos Indonesia itu sendiri.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan antar perusahaan jasa pelayanan pengiriman.
2. Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri kurang optimal.
3. Kurangnya jumlah karyawan pada bagian *customer service*.
4. Fasilitas yang diberikan PT. Pos Indonesia cabang Kediri kurang memadai.
5. Masih adanya keluhan dari pelanggan terkait pelaksanaan pengiriman paket pos yang berakhir pada keterlambatan

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, pada penelitian ini masalah yang dibahas dibatasi pada kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri kurang optimal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.
2. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.
3. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah di rumuskan, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut ini:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi

penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

a. Bagi PT. POS Indonesia Kota Kediri

Penelitian ini diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka kemungkinan pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Oliver dalam Supranto (2011: 233) menjelaskan bahwa “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya, dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar dari orang lain, atau janji yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pengalaman yang diperoleh pelanggan memiliki kecenderungan untuk menciptakan ekspektasi tertentu yang akan menimbulkan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap perusahaan

tersebut. Apabila kinerja atau hasil di bawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, sebaliknya jika kinerja melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Faktor pelanggan merupakan asset terpenting dalam perusahaan dengan semakin berkembangnya dunia usaha saat ini. Oleh sebab itu, mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu karena akan memberikan informasi yang bermanfaat guna perkembangan perusahaan tersebut. Tse dan Wilton dalam Rambat Lupiyoadi (2004: 349) menjelaskan: “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Perusahaan atau instansi dapat mengetahui kepuasan dari para pelanggannya melalui umpan balik yang diberikan oleh pelanggan kepada perusahaan atau instansi pemberi layanan tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Salah satu contoh umpan balik dapat diketahui pada saat pelanggan komplain, dengan adanya komplain tersebut perusahaan atau instansi dapat memperbaiki dan meningkatkan pelayanan sehingga dapat memuaskan pelanggan yang belum puas tadi.

Sedangkan menurut Wilkie dalam Fandy Tjiptono (2014: 354) mendefinisikan “Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.

Tanggapan emosional bisa berupa perasaan yang lebih yang dirasakan ketika sesuatu keinginan yang diharapkannya tercapai. Pelanggan yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun pelayanan, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh pelanggan. Produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi pelanggan yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Westbrook & Reilly dalam Fandy Tjiptono (2014: 353) berpendapat bahwa:

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Pelanggan akan merasa puas apabila persepsi pada barang atau jasa yang dibeli sesuai dengan kebutuhannya. Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan

dari produk yang dibeli tersebut. Pelanggan akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi yang akan menjadi standar kualitas untuk dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan oleh pelanggan.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli dapat disimpulkan definisi kepuasan pelanggan sebagai hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Menurut Handi Irawan (2002: 40) ada 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas produk
- 2) Harga
- 3) *Service quality*
- 4) *Emotional factor*
- 5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Kualitas produk

Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah dimensi yang global atau paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, yaitu *performance, durability, feature, reliability, consistency dan design.*

2) Harga

Bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen ini sangat penting untuk beberapa perusahaan tetentu dalam menciptakan kepuasan seperti misalnya: industri retail.

3) *Service Quality*

Ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar 70 persen dan tidak mengherankan jika kepuasaan terhadap pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.

4) *Emotional Factor*

Komponen ini berlaku untuk produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti, mobil, kosmetik, pakaian dan sebagainya. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

5) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Perusahaan harus mengetahui bobot dari masing-masing faktor tersebut dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Faktor harga sangat penting bagi perusahaan yang bersifat komoditas. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang dominan dalam menciptakan kepuasan pelanggan untuk perusahaan jasa seperti rumah sakit, kantor pos, perbankan dan perhotelan. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk sangat penting untuk produk konsumsi. Produk yang mempunyai distribusi dengan cakupan yang luas dan tingkat ketersediaan yang tinggi akan mempunyai peluang untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Menurut Gaspersz dalam Nasution (2005: 50) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah:

- 1) Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika kebutuhan dan keinginan terhadap produksi yang ditawarkan oleh perusahaan sangat besar, maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu.
- 4) Komunikasi melalui iklan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Orang-orang di bagian periklanan tidak harus

membuat iklan yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama. Untuk menarik pelanggan baru selalu diperlukan biaya lebih banyak daripada untuk mempertahankan pelanggan lama karena harus membuat media iklan yang lebih menarik. Terkadang perusahaan lebih memilih untuk mempertahankan pelanggan lama karena dengan begitu para pelanggan lama yang mendapatkan kepuasan tersebut dengan sendirinya akan menceritakan pengalamannya positifnya pada orang lain.

Perusahaan terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Masalah yang sering dihadapi perusahaan dalam hal menciptakan kepuasan pelanggan ialah tingkat kepuasan antara pelanggan yang satu dengan yang lain cenderung berbeda. Hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat diberikan, kemudian memberikan lebih banyak dari apa yang

dijanjikan.

c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan mengetahui langkah apa yang harus ditempuh dalam memasarkan produknya atau yang sering disebut sebagai umpan balik serta dapat menentukan beberapa strategi yang dapat dipilih untuk mengembangkan usahanya. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014: 41) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran
- 2) Survey kepuasan pelanggan
- 3) *Ghost shopping*
- 4) *Lost customer analysis.*

Berdasarkan metode pengukuran tersebut, maka metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Yaitu perusahaan memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, sosial media, dan lain-lain.

2) Survei Kepuasan Pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan produk perusahaan

tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau pelayanan sehingga perusahaan tersebut dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3) *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai bahan koreksi terhadap kualitas perusahaan itu sendiri.

4) *Lost Customer Analysis*

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan transaksi lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Hal ini dilakukan guna memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

Sedangkan menurut Consuegra *et al* (2007: 178), mengukur kepuasan pelanggan dapat melalui 3 dimensi yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan: Produk atau pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.
- 2) Persepsi kinerja: Hasil kinerja yang diterima oleh pelanggan dari pihak perusahaan sudah sangat baik atau belum.

- 3) Penilaian pelanggan: Secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk dan layanan. Di samping itu, pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi perusahaan guna mengetahui dengan baik bagaimana jalannya proses bisnis perusahaan, mengetahui di mana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan, menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan. Cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan bisa berupa kotak saran dan kuesioner. Perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat sesuai metode yang digunakan dengan memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Penggunaan kuesioner kepuasan pelanggan harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan adalah pihak yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian pelanggan

terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.

“Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Lewis & Booms dalam Fandy Tjiptono, 2012: 157). Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata pelanggan. Adapun hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan.

David L. Goetsch dan Stanley B. Davis (2000: 5) mendefinisikan “Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen”. David L. Goetsch dan Stanley B. Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk atau jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan

kualitas lingkungan. Oleh karena itu, untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas harus didukung oleh manusia dan proses yang berkualitas pula. Sedangkan pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto (2006: 226) adalah “Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima secara nyata. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.

b. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Membangun sebuah pelayanan yang berkualitas memang bukanlah hal mudah diraih. Secara umum akan ditemui beberapa tantangan dan kendala yang harus disikapi positif demi pengembangan pelayanan selanjutnya. Tantangan dan kendala ini wajar terjadi mengingat banyaknya komponen-komponen penunjang pengelolaan pelayanan. Umumnya yang sering muncul di mata pelanggan adalah pelayanan yang diberikan para petugas pelayanan. Petugas pelayanan merupakan ujung tombak terdepan yang berhadapan langsung dengan

pelanggan. Itu sebabnya, sebagai petugas terdepan harus memiliki profesionalisme, bagaimana cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat.

Fandy Tjiptono (2012: 174) menjelaskan bahwa Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan mencetuskan SERVQUAL (*Service Quality*). Servqual ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspetasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Servqual memiliki 5 unsur, diantaranya adalah:

- 1) Kehandalan (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Adapun penjelasan mengenai unsur-unsur servqual sebagai berikut:

1) Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Contohnya penanganan barang yang hilang, karyawan kantor pos akan menanyakan nomor resi pengiriman kepada pelanggan jika terjadi kesalahan oleh pihak karyawan pos Indonesia, entah itu saat di jalan mobil kantor posnya terjadi kecelakaan, gempa, dan lain-lain, maka karyawan pos Indonesia akan bertanggung jawab atas hilangnya barang tersebut dan jika

pelanggannya salah membuat alamat, maka karyawan kantor pos akan mengembalikan barang tersebut kepada pelanggan. Tapi seringkali pelayanan merupakan hal yang penting untuk pelanggan dalam memberikan evaluasi apakah suatu produk/jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya pelanggan yang akan menggunakan produk/jasa dikemudian hari.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia layanan atau karyawan dalam membantu konsumen.

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Unsur ini sangat penting karena melibatkan persepsi pelanggan terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan perusahaan. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan

pelanggan melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.

4) Empati (*Empathy*)

Empati 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. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah mengerti keinginan pelanggan, hal ini tidak boleh diremehkan.

5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Pelanggan selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat produk/jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan produk/jasa itu sendiri.

Dari uraian di atas dapat disarikan bahwa kualitas pelayanan adalah

hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya yang diukur berdasarkan indikator bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Menurut Atep Adya Barata (2003: 31), indikator untuk mengukur kualitas pelayanan mengacu pada A6 yaitu:

- 1) *Attitude* (Sikap)
- 2) *Attention* (Perhatian)
- 3) *Action* (Tindakan)
- 4) *Ability* (Kemampuan)
- 5) *Appearance* (Penampilan)
- 6) *Accountability* (Tanggung jawab)

Adapun penjelasan mengenai indikator pengukuran kualitas pelayanan sebagai berikut:

1) *Attitude* (Sikap)

Sikap adalah perilaku atau perangi yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis dan sikap menghargai.

2) *Attention* (Perhatian)

Perhatian adalah kepedulian penuh dengan pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya. Perhatian meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada

pelanggan.

3) *Action* (Tindakan)

Tindakan merupakan kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan dan menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

4) *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan. Kemampuan meliputi dalam bidang kerja ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar perusahaan.

5) *Appearance* (Penampilan)

Penampilan meliputi fasilitas fisik maupun non-fisik, karyawan yang mampu merefleksikan kepercayaan.

6) *Accountability* (Tanggung jawab)

Tanggung jawab adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau keetidakpuasan pelanggan.

Teori di atas menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus

terhadap evaluasi yang mencerminkan persepsi pelanggan dari unsur yang spesifik tentang pelayanan. Hal ini yang kemudian mengakibatkan perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya, karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lain. Jadi indikator pengukuran memperjelas bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari unsur yang spesifik tentang pelayanan. Unsur-unsur yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan terdiri dari teknik servqual dan A6. Teknik servqual terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu teknik A6 terdiri dari *Attitude, Attention, Action, Ability, Appereance, dan Accountability*. Sedangkan dalam penelitian ini, indikator yang akan digunakan adalah teknik A6 karena semua unsur yang digunakan dalam penelitian sudah terperinci serta tidak ada *overlapping* antar unsur satu dengan yang lain.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pelanggan akan membeli produk kalau merasa cocok, karena

itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Irawan dalam Danang Sunyoto (2012: 69) “Produk adalah sesuatu yang ditawarkan dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen”. Produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Djaslim Saladin (2002: 121) berpendapat bahwa, “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”. Suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas produk menciptakan suatu keunggulan bersaing pada suatu perusahaan, dalam hal ini yang terpenting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2005: 49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Memperbaiki kualitas produk ataupun pelayanan merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global.

Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Oleh karena itu kualitas merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomis perusahaan-perusahaan di manapun di dunia ini dalam kontek pasar global.

Dari pengertian menurut para ahli dapat disimpulkan kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Produk merupakan pandangan pertama bagi pelanggan dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa pelanggan akan menyukai suatu produk yang menarik dan bermanfaat. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

b. Pengukuran kualitas produk

Jika perusahaan ingin unggul dalam persaingan, perusahaan harus tahu aspek apa saja yang digunakan pelanggan untuk membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk pesaing. Aritonang (2005:142) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, yaitu:

1) *Features* (fitur)

Fitur adalah karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk. Maksudnya, suatu produk selain punya fungsi utama, biasanya juga dilengkapi dengan fungsi-

fungsi lain yang bersifat komplemen atau menambah ketertarikan terhadap produk.

2) *Durability* (daya tahan)

Daya tahan merupakan berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut habis diganti.

3) *Serviceability* (mudah diperbaiki)

Yaitu kemampuan perbaikan atau kecepatan perbaikan suatu produk. *Serviceability* ini melihat kualitas barang dari kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.

Menurut perusahaan, jika produk yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik namun tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh pelanggan, maka kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Disamping harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh pelanggan, baik buruknya kualitas produk yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan kualitas tersebut hendaknya dinilai secara periodik dan berkesinambungan sehingga terlihat konsistensi keterpenuhan di atas standar.

Handi Irawan (2002:37) berpendapat mengenai pengukuran kualitas produk bahwa:

Kualitas produk merupakan driver kepuasan pelanggan yang pertama. Kualitas produk adalah unsur global yang terdiri dari 6 elemen, yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Fitur (*feature*)
- 4) Daya Tahan (*durability*)

- 5) Kesesuaian (*conformance*)
- 6) Bentuk/Kemasan (*design*)

Adapun penjelasan mengenai 6 elemen pengukuran kualitas produk sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*performance*) adalah unsur yang paling dasar yang berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut. Pelanggan akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap unsur ini tidak terpenuhi. *Performance* pada setiap produk berbeda-beda tergantung *functional value* yang dijanjikan perusahaan.
- 2) Keandalan (*reliability*). *Reliability* menunjukkan probabilitas atau kemungkinan produk berhasil menjalankan fungsi-fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu.
- 3) Fitur (*feature*) dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. *Feature* adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk. Karena perkembangan *feature* hampir tidak terbatas jalannya dengan perkembangan teknologi, maka *feature* menjadi target inovasi para perusahaan untuk memuaskan pelanggan.
- 4) Daya Tahan (*durability*) adalah keawetan yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah berulang kali digunakan

atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama adalah awet secara teknis dan yang kedua adalah awet secara waktu. Bagi pelanggan, awet secara waktu lebih mudah dimengerti karena sebagian besar produk yang menjanjikan keawetan lebih menonjolkan keawetan dalam hal waktu. Tingkat kepentingan dimensi ini berbeda, untuk target pasar yang berbeda sangat mungkin terjadi pergeseran dari waktu ke waktu karena perubahan pasar dan persaingan.

- 5) Kesesuaian (*conformance*) menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang memiliki kesesuaian yang tinggi berarti sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Salah satu aspek dari *conformance* adalah konsistensi.
- 6) Bentuk/Kemasan (*design*) adalah dimensi yang unik dan banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik bila di dalam produk tersebut tercakup unsur yang telah disebutkan oleh para ahli. Adanya unsur tersebut dalam suatu produk, maka diharapkan agar produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing. Membangun mutu produk merupakan langkah strategis yang harus ditempuh oleh perusahaan. Langkah strategis membangun mutu produk merupakan nilai lebih atau *superior value* dimata para pelanggan.

Pencapaian nilai mutu diwujudkan dengan membangun suatu proses yang lebih baik dan sistem produksi yang mampu menekan biaya relatif lebih murah. Oleh karena itu mutu produk merupakan alat kompetitif yang efektif dalam mencapai keunggulan bersaing.

c. Klasifikasi Produk

Dari produk yang biasa dibeli oleh konsumen, kita dapat melakukan penggolongan atau klasifikasi mengenai produk. Danang Sunyoto (2013: 73) produk menurut daya tahannya diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) Barang yang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang nyata yang biasanya melayani banyak kegunaan.
- 2) Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah merupakan barang nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kegunaan.
- 3) Jasa merupakan kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual.

Sedangkan Menurut Kotler (2000: 451), produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu:

- 1) Berdasarkan wujudnya
Produk berdasarkan wujudnya dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu:
 - a) Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.
 - b) Jasa merupakan aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain).
- 2) Berdasarkan daya tahan
 - a) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Umur

- ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.
- b) Barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih).

Mengklasifikasikan produk dirasakan sangat perlu, sebab produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat tetap memuaskan para pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Era globalisasi yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Apabila suatu produk memiliki kualitas yang baik, maka pelanggan akan merasa puas setelah melakukan pembelian produk tersebut dan mereka akan merekomendasikan dan menceritakan apa yang mereka rasakan kepada orang lain (*positive word of mouth*). Hal ini berkaitan dengan kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan dengan kepuasan tersebut akan sangat mendukung terlaksananya pemasaran *positive word of mouth* terhadap suatu produk perusahaan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya sebagai berikut:

1. Dessica Dinar Sari (2016) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan penelitian survey dan subjek penelitiannya adalah konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL di kota Yogyakarta yang berjumlah 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,404 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,201, b) Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,494 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,245, c) Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Yogyakarta. Hal ini dibuktikan bahwa hasil penelitian variabel *brand trust* diperoleh nilai t hitung sebesar 5,074 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 (0,000 < 0,05)$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,280, dan d) Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *Sim Card* GSM

Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 43,312 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessica Dinar Sari adalah sama-sama meneliti tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian, subjek dan tempat penelitian.

2. Nur Wulandari (2013) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopikita Semarang)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KOPIKITA Semarang. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini memperoleh hasil yaitu variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,324, kemudian diikuti oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 0,305. Sedangkan variabel lokasi mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,224. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). hasil analisis menggunakan koefisien

determinasi diketahui bahwa 55% variasi dari kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Sedangkan sisnya 45% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitiannya. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Wulandari adalah sama-sama meneliti tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian, subjek dan tempat penelitian.

C. Kerangka Pikir

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan berarti perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yg diharapkan pelanggan dengan maksimal. Suatu pelayanan dari perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan

mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka perusahaan tersebut juga dinilai kurang bermutu. Jadi, usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Membangun kualitas produk merupakan langkah strategis yang harus ditempuh oleh perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa kualitas produk merupakan nilai lebih dimata para pelanggan. Pencapaian nilai kualitas diwujudkan dengan membangun suatu proses yang lebih baik dan sistem produksi yang mampu menekan biaya relatif lebih murah. Oleh karena itu kualitas produk merupakan alat kompetitif yang efektif dalam mencapai keunggulan bersaing.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi

pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan karena kualitas produk berpengaruh terhadap penentuan kepuasan pelanggan.

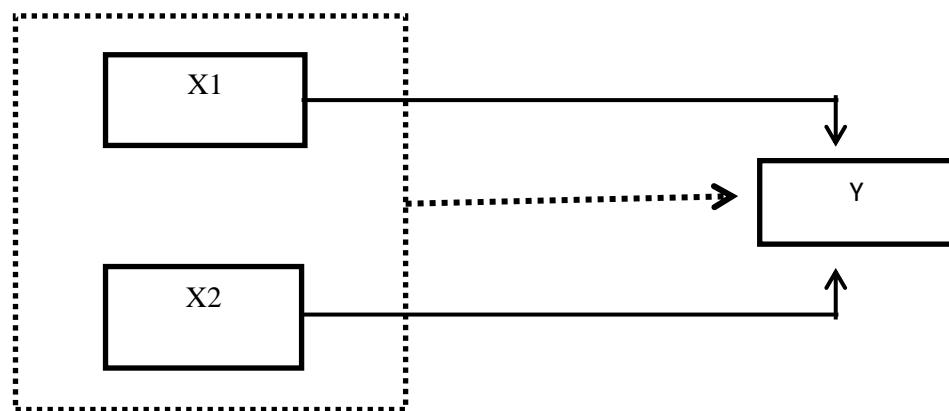
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan serta pelayanan yang diperoleh. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari perusahaan tersebut. Secara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk dan pelayanan akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Untuk dapat tetap bertahan di tengah serbuan para pesaing di bisnis sejenis, perusahaan harus melakukan evaluasi secara berkelanjutan tentang sejauh mana produk-produk yang ditawarkan dapat menarik minat beli pelanggan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Standar pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan juga harus terus dievaluasi dan diperbaiki agar pelanggan merasa dihargai sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini dilakukan

untuk membentuk citra perusahaan serta akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kerangka pikir penelitian tersebut, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Keterangan:

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kualitas Produk

Y : Kepuasan Pelanggan

.....> : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama - sama Terhadap Kepuasan Pelanggan

—> : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* karena penelitian ini dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya kejadian tersebut. Penelitian ini menggunakan logika dasar yang sama dengan penelitian eksperimen yaitu jika x maka y, hanya saja dalam penelitian ini tidak ada manipulasi langsung terhadap variabel independen. Penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif kausal yang merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat, yaitu pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Pendekatan yang digunakan dalam analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan data kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap pengaruh variabel bebas meliputi kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri yang beralamatkan di Jalan Mayjend Sungkono No. 32 Kediri. Adapun waktu penelitian adalah pada bulan September 2016.

C. Definisi Operasional

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, namun sebaliknya bila hasilnya sesuai harapan maka pelanggan akan merasakan kepuasan. Pengukuran kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu kesesuaian harapan, persepsi kinerja, dan penilaian pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diinginkan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima. Apabila pelayanan yang mereka inginkan terpenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas, sedangkan pelayanan yang tidak sesuai dengan kenyataan dianggap tidak berkualitas atau mengecewakan. Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas pelayanan adalah : sikap, perhatian, tindakan,

kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta memiliki nilai, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas produk adalah kinerja, keandalan dan fitur.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Pelanggan yang dimaksud adalah seluruh pelanggan yang sesuai dengan batasan yang telah diberikan oleh peneliti.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Namun karena populasi yang tidak diketahui, maka

untuk menentukan jumlah sampel menggunakan teknik sampling insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu seseorang yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik sampling insidental dipilih, dengan beberapa kriteria untuk menentukan responden, diantaranya ialah:

- a) Responden yang tergolong baru dalam hal penggunaan produk paket pos.
- b) Responden yang tergolong lama dalam hal penggunaan produk paket pos.
- c) Responden yang pernah atau baru menyatakan keluhannya secara langsung terkait produk paket pos.

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2(1 - P)}{E^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

P = jumlah populasi

E = *sampling error* (5%)

Z = standar untuk kesalahan yang dipilih

(Suharsimi Arikunto, 2002: 123)

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka harga p (1-p) maksimal adalah 0,25. Besarnya sampel bila menggunakan *confident level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 5% adalah:

$$n = \frac{1,96^2 (0,25)}{0,5^2}$$

$$= 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Jadi berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya perlu untuk memilih. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari berbagai sumber tertulis ataupun dari informan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengetahui sejarah PT. POS Indonesia, visi

dan misi, serta struktur organisasi yang diperlukan sebagai data atau informasi pendukung.

F. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Secara lebih rinci indikator tersebut dituangkan dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden guna memperoleh jawaban berkaitan dengan hal yang diteliti.

Penyekoran yang digunakan dalam instrumen yaitu dengan menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 4 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda *checklist* (✓) pada kolom jawaban yang sudah tersedia. Penilaian skor setiap alternatif jawaban seperti tabel 1 berikut:

Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Pernyataan Positif
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel, maka dapat disusun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Berikut merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan dari masing-masing variabel:

1. Instrumen Kualitas Pelayanan

Kisi-kisi instrumen kualitas pelayanan disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan. Instrumen kualitas pelayanan dijabarkan menjadi 27 butir pernyataan. Kisi-kisi instrumen pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Kisi-kisi Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Sikap	1, 2, 3, 4	4
2.	Perhatian	5, 6, 7, 8	4
3.	Tindakan	9, 10, 11, 12, 13	5
4.	Kemampuan	14, 15, 16, 17, 18	5
5.	Penampilan	19, 20, 21, 22	4
6.	Tanggung jawab	23, 24, 25, 26, 27	5
	Jumlah		27

2. Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen kualitas produk disusun berdasarkan indikator kualitas produk. Instrumen kualitas produk dijabarkan menjadi 12 butir pernyataan. Kisi-kisi instrumen pada variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Kisi-kisi Kualitas Produk

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Kinerja	1, 2, 3, 4	4
2.	Keandalan	5, 6, 7	3
3.	Fitur	8, 9, 10, 11, 12	5
	Jumlah		12

3. Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen kepuasan pelanggan disusun berdasarkan indikator kepuasan pelanggan. Instrumen kepuasan pelanggan dijabarkan menjadi 12 butir pernyataan. Kisi-kisi instrumen pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Kisi-kisi Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Kesesuaian Harapan	1, 2, 3	3
2.	Persepsi Kinerja	4, 5, 6, 7, 8	5
3.	Penilaian Pelanggan	9, 10, 11, 12	4
Jumlah			12

G. Uji Coba Instrumen

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus di uji coba terlebih dahulu. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik. Baik buruknya instrumen penelitian ditunjukkan oleh tingkat kesahihan (*validity*) dan kehandalan (*reliability*). Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data pada pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Uji coba instrumen ini dilakukan pada 30 responden di luar responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian yang sesungguhnya.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing-masing variabel. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*. Apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 maka butir pernyataan tersebut valid. Namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

Uji instrumen dilakukan pada tanggal 9 September 2016 kepada 30 pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Kuesioner ditulis berdasarkan indikator-indikator dari variabel kualitas pelayanan yang dikembangkan menjadi 27 butir pernyataan, kualitas produk yang dikembangkan menjadi 12 pernyataan dan kepuasan pelanggan dikembangkan menjadi 12 pernyataan. Hasil uji validitas dirangkum dalam tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen

Nama Variabel	Jumlah Butir Semula	Jumlah Butir Gugur	Nomor Butir Gugur	Jumlah Butir Valid
Kualitas Pelayanan	27	3	9, 13, 14	24
Kualitas Produk	12	0	-	12
Kepuasan Pelanggan	12	0	-	12
Jumlah	51	3	3	48

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji validitas, menunjukkan bahwa pada lembar kuesioner kualitas pelayanan (X_1) jumlah butir yang valid sebanyak 24 butir dengan butir gugur sebanyak 3 butir sedangkan untuk kualitas produk (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa tidak ada butir yang gugur. Butir – butir yang valid mampu mewakili semua indikator yang telah dirumuskan, sehingga butir yang tidak valid pada penelitian akan dihilangkan, dengan demikian instrumen ini masih layak digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen dikatakan andal apabila tingkat keandalan koefisien $\geq 0,600$. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*.

Nilai perhitungan dapat diinterpretasikan dengan tingkat keterandalan korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002: 175), sebagai berikut:

Tabel 6. Pedoman Tingkat Koefisien Reliabilitas

Koefisien	Interprestasi
Antara 0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,799	Tinggi
Antara 0,400 – 0,599	Cukup
Antara 0,200 – 0,399	Rendah
Antara 0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Nilai koefisien reliabilitas yang semakin tinggi akan menunjukkan semakin reliabel suatu kuesioner. Instrumen dikatakan reliabel jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} instrumen dikatakan tidak reliabel atau nilai r_{hitung} dikonsultasikan dengan tabel interpretasi r dengan ketentuan dikatakan reliabel jika $r_{hitung} \geq 0,600$. Berdasarkan perhitungan, diperoleh hasil seperti tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Nama Variabel	Koefisien Alpha	Status	Tingkat Keandalan
Kualitas Pelayanan	0,891	Reliabel	Sangat Tinggi
Kualitas Produk	0,917	Reliabel	Sangat Tinggi
Kepuasan Pelanggan	0,832	Reliabel	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer hasil uji reliabilitas instrument

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* di atas 0,600, sehingga instrumen pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan menunjukkan tingkat keandalan yang sangat tinggi karena berada di antara 0,800 – 1,000.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Data

Data variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan disajikan dalam bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan tentang gambaran yang diteliti melalui data sampel tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Pengujian deskriptif di dalamnya terdapat pengujian nilai mean, median, modus dan standar deviasi tabel distribusi frekuensi, histogram dan tabel kecenderungan dari variabel-variabel penelitian.

a. Mean, median, modus dan standar deviasi

Penetuan Mean (M), Median (Me), Modus (Mo), dan Standar Deviasi (SD) dilakukan dengan bantuan *SPSS Statistics*.

b. Tabel distribusi frekuensi

1) Menentukan jumlah kelas interval menggunakan rumus *Sturges Rule*, yaitu:

$$k = 1 + 3,3 \log n$$

keterangan:

K = Jumlah kelas interval

N = Jumlah data

Log = Logaritma

(Sugiyono, 2010: 35)

2) Menghitung rentang kelas (*range*)

Untuk menghitung rentang data, digunakan rumus berikut:

$$R = x_t - x_r$$

keterangan:

R = Rentang

x_t = Data terbesar dalam kelompok

x_r = Data terkecil dalam kelompok

(Sugiyono, 2010: 55)

3) Menghitung panjang kelas

Untuk menghitung panjang kelas digunakan rumus berikut:

Panjang kelas = Rentang data : Jumlah kelas interval

(Sugiyono, 2010: 35)

c. Histogram

Histogram dibuat berdasarkan data frekuensi yang telah ditampilkan dalam tabel distribusi.

d. Tabel kecenderungan variabel

Kecenderungan masing-masing variabel dilakukan dengan pengkategorian skor yang diperoleh menggunakan *mean* ideal (M_i) dan nilai standar deviasi ideal (SD_i). Penentuan kedudukan variabel berdasarkan pengelompokan atas 4 rangking yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 8. Kriteria Penilaian Komponen

No.	Kategori	Rentang
1	Sangat tinggi	$X \geq (M_i + 1.SD_i)$
2	Tinggi	$M_i \leq X < (M_i + 1.SD_i)$
3	Rendah	$(M_i - 1.SD_i) \leq X < M_i$
4	Sangat Rendah	$X < (M_i - 1.SD_i)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Keterangan:

M_i = *Mean* Ideal

SD_i = Standar Deviasi Ideal

X = Skor

e. *Pie Chart*

Pie Chart dibuat berdasarkan data kecenderungan variabel yang telah ditampilkan dalam tabel kecenderungan variabel.

2. Uji Prasyarat Analisis

Sebelum dianalisis menggunakan regresi, maka terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis. Uji prasyarat analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan memenuhi syarat untuk dianalisis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang dihitung menggunakan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*. Digunakannya *SPSS Statistic 22 for Mac* untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris *Asymp. Sig (2-tailed)*. Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan

terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier, serta untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi pada *deviation from linearity* $> 0,05$, sebaliknya jika $<0,05$ maka hubungannya bersifat tidak linier. Perhitungan uji linearitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistic 22 for Mac*.

c. Uji multikolinieritas

Analisis regresi ganda dalam sebuah penelitian digunakan untuk menguji terjadi tidaknya multikolinieritas antara variabel bebas. Analisis ini mensyaratkan untuk mendeteksi besarnya interkorelasi antara variabel bebas. Multikolinieritas merupakan situasi dimana ada korelasi antara variabel bebas satu dengan yang lain . Jika antara dua variabel independen memiliki korelasi yang spesifik (koefisien korelasi yang tinggi), maka didalam model regresi tersebut terdapat multikolinieritas. Syarat tidak terjadinya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF (*Variance Infaltion Factor*) kurang dari 10. Apabila sebaliknya nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas dan analisis data tidak bisa dilanjutkan. Perhitungan uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistic 22 for Mac*.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya satu terhadap satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Adapun hipotesis pertama dan kedua yaitu:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

Pengujian analisis regresi sederhana ini dianalisis dengan menggunakan program *SPSS Statistic 22 for Mac*.

b. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis ketiga, yaitu mengetahui korelasi variabel bebas (pengaruh variabel X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan teknik regresi ganda untuk mengetahui indeks korelasi ganda dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Teknik analisis regresi ganda di lakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistic 22 for Mac*. Sedangkan untuk penghitungan Sumbangan

Relatif dan Sumbangan Efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1) Sumbangan Relatif

Sumbangan relatif digunakan untuk mencari seberapa besar sumbangan variabel prediktor terhadap kriterium Y. Rumus yang digunakan untuk mencari Sumbangan Relatif (SR) adalah:

$$SR\%X_1 = \frac{a_1 \Sigma X_1 r}{a_1 \Sigma X_1 Y + a_2 \Sigma X_2 Y} \times 100\%$$

$$SR\%X_2 = \frac{a_2 \Sigma X_2 r}{a_1 \Sigma X_1 Y + a_2 \Sigma X_2 Y} \times 100\%$$

Keterangan:

$SR\%X_1$ = Sumbangan relatif suatu prediktor X_1

$SR\%X_2$ = Sumbangan relatif suatu prediktor X_2

a_1 = Koefisien prediktor X_1

a_2 = Koefisien prediktor X_2

(Sutrisno Hadi, 2004: 37)

2) Sumbangan efektif

Sumbangan efektif digunakan untuk mencari seberapa besar sumbangan masing-masing variabel prediktor terhadap kriterium Y, dengan mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti. Rumus yang digunakan adalah:

$$SE\%X_1 = SR\%X_1 \times R^2$$

$$SE\%X_2 = SR\%X_2 \times R^2$$

Keterangan:

$SE\%X_1$ = Sumbangan efektif X_1

$SE\%X_2$ = Sumbangan efektif X_2

R^2 = Koefisien determinan

(Sutrisno Hadi, 2004: 38)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Tempat Penelitian

a. Sejarah PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri

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

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (*Post, Telegraph* dan *Telephone*). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi

Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

PT Pos Indonesia (Persero) saat ini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang pelayanan pos Indonesia dengan memanfaatkan insfrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100% kota/kabupaten, hampir 100% kecamatan dan 42% kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 Kantor Pos online, serta dilengkapi *elektronic mobile* pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah *processing* kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) memiliki 3.700 Kantor Pos online yang tersebar di Indonesia, salah satu kantor pos cabangnya adalah Kantor Pos Kediri yang beralamatkan di Jalan Mayjend Sungkono No. 32 Kota Kediri, Jawa Timur. Kantor Pos Kediri mempunyai 8 loket pelayanan dengan jam kerja Hari Senin - Kamis pukul 07.00 WIB - 22.00 WIB dan Hari Jumat - Sabtu 07.00 WIB - 21.00 WIB. Rentang jam kerja yang cukup panjang ini diharapkan mampu memberikan pelayanan yang maksimal. Kantor Pos Cabang Kediri merupakan kantor pos cabang yang membawahi 29 kantor pos pembantu di kota dan kabupaten Kediri. Adapun daftar kantor pos pembantu dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Daftar Kantor Pos Pembantu Kota Kediri

No.	Daftar Kantor Pos Pembantu	No.	Daftar Kantor Pos Pembantu
1	Kediri mrican	16	Kras
2	Kediri bandar	17	Kandat
3	Kediri ngronggo	18	Wates
4	Kediri bangsal	19	Plosoklaten
5	Pesantren	20	Ringinrejo
6	Grogol	21	Gurah
7	Tarokan	22	Gampengrejo
8	Papar	23	Pagu
9	Purwoasari	24	Ngasem
10	Plemahan	25	Pare
11	Kunjang	26	Badas
12	Banyakan	27	Ngancar
13	Semen	28	Kepung
14	Mojo	29	Kandangan
15	Ngadiluwih		

b. Visi dan Misi PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri

Adapun Visi dan Misi PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri adalah sebagai berikut:

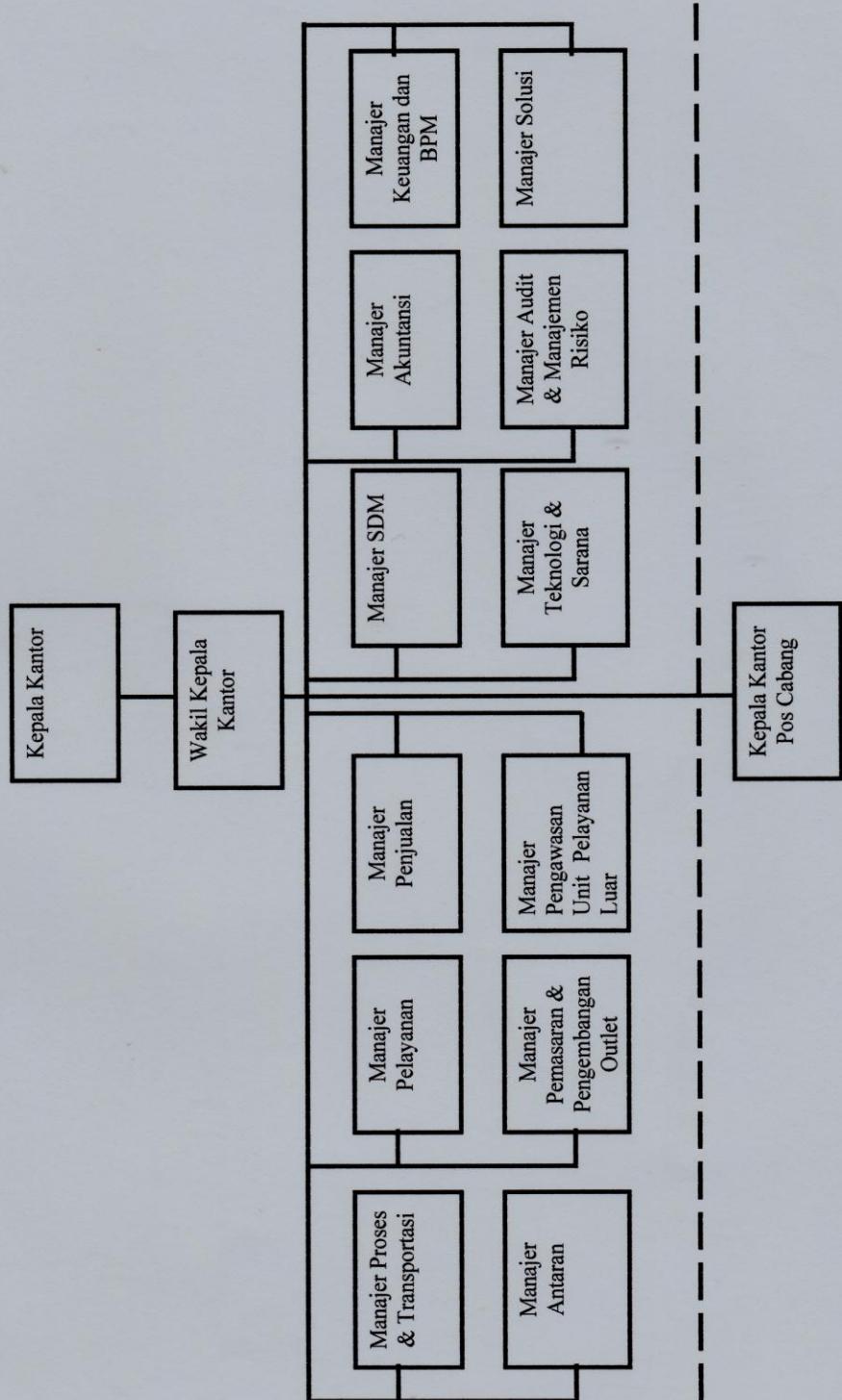
VISI:

Menjadi raksasa logistik pos dari Timur

MISI:

- 1) Menjadi aset yang berguna bagi bangsa dan negara
- 2) Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan
- 3) Menjadi pilihan terbaik bagi para pelanggan
- 4) Senantiasa berjuang untuk memberi yang lebih baik bagi bangsa, negara, pelanggan, karyawan, masyarakat serta pemegang saham.

c. Struktur Organisasi PT. POS Indonesia (PERSERO) Kediri



Gambar 2. Struktur Organisasi

2. Deskripsi Data Penelitian

Data yang diperoleh di lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi data, untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Data yang diperoleh di lapangan masing-masing di analisis, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Analisis data meliputi penyajian *Mean* (M), *Median* (Me), *Modus* (Mo) dan *Standar Deviasi* (SD). Disajikan pula tabel distribusi frekuensi, histogram distribusi frekuensi dan diagram.

a. Kualitas Pelayanan

Data kualitas pelayanan diperoleh dari angket yang terdiri dari 24 butir pernyataan dengan 4 alternatif jawaban yaitu 4 untuk skor tertinggi dan 1 untuk skor terendah. Data yang diperoleh dari angket atau kuesioner variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan *Mean* (M) sebesar 76,65; *Median* (Me) sebesar 76,00; *Modus* (Mo) sebesar 72 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 4,910.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges Rule* yakni jumlah kelas interval yang disimbolkan dengan $K = 1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2) Menentukan Rentang Kelas (*Range*)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= x_t - x_r \\
 &= 90 - 65 \\
 &= 25
 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang data} : \text{Jumlah kelas interval} \\
 &= 25 : 8 \\
 &= 3,125 \text{ dibulatkan menjadi } 3
 \end{aligned}$$

Distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 10 berikut:

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

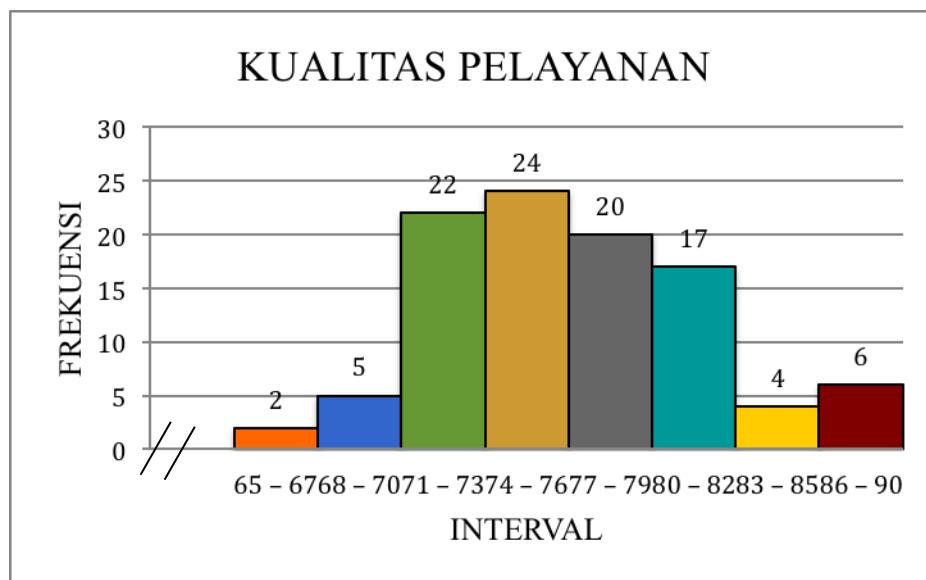
No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	65 – 67	2	2 %
2	68 – 70	5	5 %
3	71 – 73	22	22 %
4	74 – 76	24	24 %
5	77 – 79	20	20 %
6	80 – 82	17	17 %
7	83 – 85	4	4 %
8	86 – 90	6	6 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 10 merupakan tabel distribusi frekuensi variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 8 kelas interval. Setiap kelas interval

memiliki panjang/rentang 3 skor. Pada tabel 10 menunjukkan pada rentang kelas interval 65 – 67 terdapat 2 pelanggan atau 2%. Kelas interval 68 – 70 terdapat 5 pelanggan atau 5%. Kelas interval 71 – 73 terdapat 22 pelanggan atau 22%. Kelas interval 74 – 76 terdapat 24 pelanggan atau 24%. Kelas interval 77 – 79 terdapat 20 pelanggan atau 20%. Kelas interval 80 – 82 terdapat 17 pelanggan atau 17%. Kelas interval 83 – 85 terdapat 4 pelanggan atau 4%. Kelas interval 86 – 90 terdapat 6 pelanggan atau 6%.

Berdasarkan data distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Histogram distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan pada gambar 3 tersebut menunjukkan frekuensi terbesar berada pada kelas interval 74 – 76 yaitu sebanyak 24 pelanggan.

Data variabel penelitian kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan kualitas pelayanan. Untuk mengetahui kecenderungan masing-masing skor variabel, maka digunakan skor ideal. Skor ideal dibagi menjadi 4 kategori kecenderungan, yaitu:

Tabel 11. Kriteria Penilaian Komponen

No.	Kategori	Rentang
1	Sangat tinggi	$X \geq (Mi + 1.SDi)$
2	Tinggi	$Mi \leq X < (Mi + 1.SDi)$
3	Rendah	$(Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$
4	Sangat Rendah	$X < (Mi - 1.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Mean ideal (Mi) dan *Standar Deviasi* ideal (SDi) diperoleh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$Mean \text{ ideal } (Mi) = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$= \frac{1}{2} (90 + 65)$$

$$= \frac{1}{2} (155)$$

$$= 77,5$$

$$Standar Deviasi \text{ ideal } (SDi) = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$= \frac{1}{6} (90 - 65)$$

$$= \frac{1}{6} (25)$$

$$= 4,17$$

$$\text{Kelompok sangat tinggi} = X \geq (Mi + 1.SDi)$$

$$= X \geq 77,5 + 4,17$$

$$= X \geq 81,67$$

$$= \text{dibulatkan menjadi } X \geq 82$$

$$\text{Kelompok tinggi} = Mi \leq X < (Mi + 1.SDi)$$

	$= 77,5 \leq X < (77,5 + 4,17)$
	$= 77,5 \leq X < 81,67$
	$= \text{dibulatkan menjadi } 78 \leq X < 82$
Kelompok rendah	$= (Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$
	$= (77,5 - 4,17) \leq X < 77,5$
	$= 73,33 \leq X < 77,5$
	$= \text{dibulatkan menjadi } 73 \leq X < 78$
Kelompok sangat rendah	$= X < (Mi - 1.SDi)$
	$= X < 77,5 - 4,17$
	$= X < 73,33$
	$= \text{dibulatkan menjadi } X < 73$

Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan Kualitas Pelayanan pada tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Pelayanan

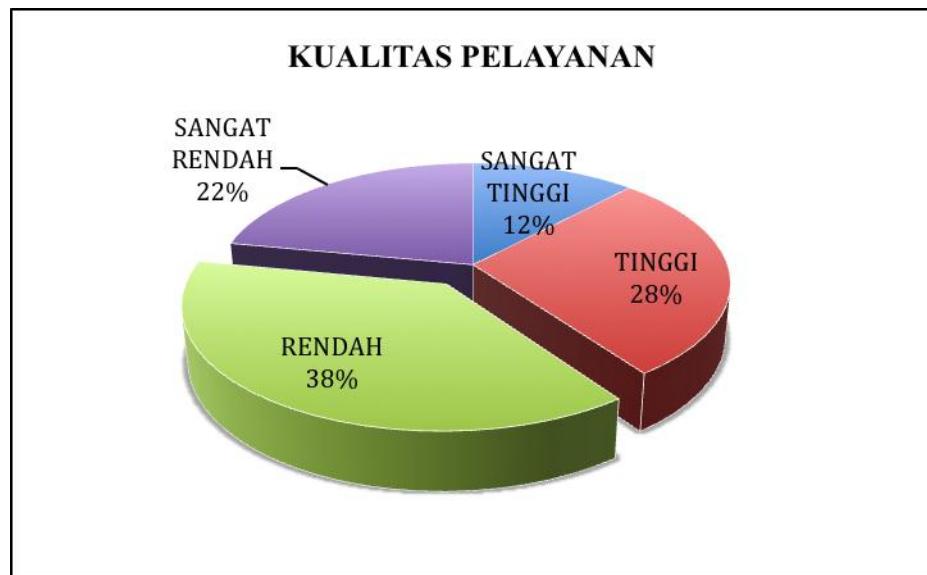
No	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	$X \geq 82$	Sangat tinggi	12	12%
2	$78 \leq X < 82$	Tinggi	28	28%
3	$73 \leq X < 78$	Rendah	38	38%
4	$X < 73$	Sangat rendah	22	22%
Jumlah			100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 12, frekuensi kecenderungan variabel kualitas pelayanan yang berada pada rentang skor lebih dari sama dengan 82 masuk pada kategori sangat tinggi sebanyak 12 pelanggan (12%), rentang skor lebih dari sama dengan 78 sampai dengan kurang dari 82 masuk pada kategori tinggi sebanyak 28 pelanggan (28%), rentang skor

lebih dari sama dengan 73 sampai dengan 78 masuk pada kategori rendah sebanyak 38 pelanggan (38%) dan rentang skor kurang dari 73 masuk kategori sangat rendah sebanyak 22 pelanggan (22%).

Kecenderungan variabel Kualitas Pelayanan disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. *Pie Chart* Kecenderungan Kualitas Pelayanan

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa 12% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas pelayanan sangat tinggi, 28% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas pelayanan tinggi, 38% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas pelayanan rendah, dan 22% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas pelayanan sangat rendah.

Berdasarkan data dari identifikasi kategori kecenderungan variabel kualitas pelayanan, menunjukkan bahwa kecenderungan variabel kualitas pelayanan PT. POS Indonesia Kediri pada kategori rendah.

b. Kualitas Produk

Data kualitas produk diperoleh dari angket yang terdiri dari 12 butir pernyataan dengan 4 alternatif jawaban yaitu 4 untuk skor tertinggi dan 1 untuk skor terendah. Data yang diperoleh dari angket atau kuesioner variabel Kualitas Produk menunjukkan *Mean* (M) sebesar 38,51; *Median* (Me) sebesar 38,50; *Modus* (Mo) sebesar 36 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 2,918.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kualitas produk dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges Rule* yakni jumlah kelas interval yang disimbolkan dengan $K = 1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2) Menentukan Rentang Kelas (*Range*)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= x_t - x_r \\
 &= 46 - 32 \\
 &= 14
 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas Interval

Panjang Kelas = Rentang data : Jumlah kelas interval

$$= 14 : 8$$

$$= 1,75 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

Distribusi frekuensi variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

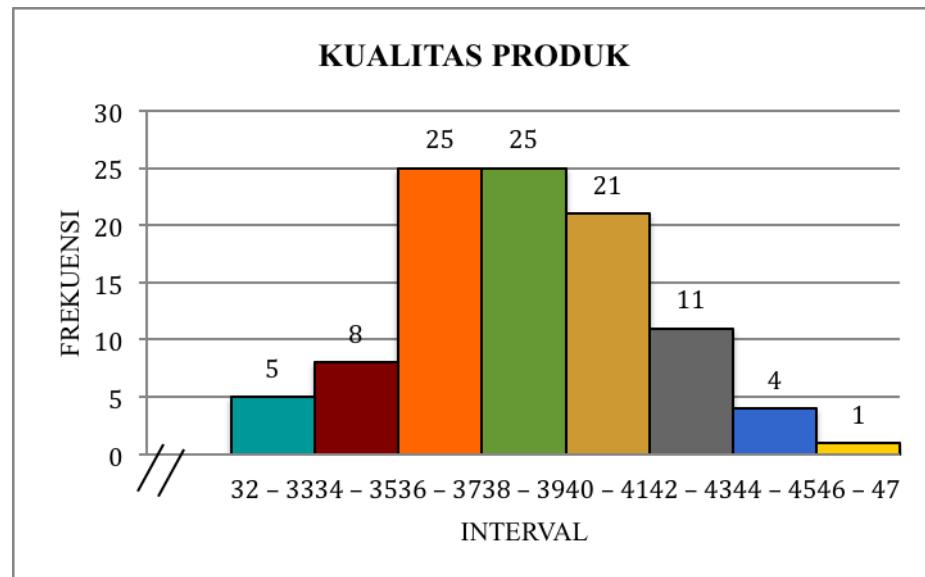
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	32 – 33	5	5 %
2	34 – 35	8	8 %
3	36 – 37	25	25 %
4	38 – 39	25	25 %
5	40 – 41	21	21 %
6	42 – 43	11	11 %
7	44 – 45	4	4 %
8	46 – 47	1	1 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 13 merupakan tabel distribusi frekuensi variabel Kualitas Produk yang terdiri dari 8 kelas interval. Setiap kelas interval memiliki panjang/rentang 2 skor. Pada tabel 13 menunjukkan pada rentang kelas interval 32 – 33 terdapat 5 pelanggan atau 5%. Kelas interval 34 – 35 terdapat 8 pelanggan atau 8%. Kelas interval 36 – 37 terdapat 25 pelanggan atau 25%. Kelas interval 38 – 39 terdapat 25 pelanggan atau 25%. Kelas interval 40 – 41 terdapat 21 pelanggan atau 21%. Kelas interval 42 – 43 terdapat 11 pelanggan atau 11%. Kelas interval 44 – 45 terdapat 4 pelanggan atau 4%. Kelas interval 46 – 47 terdapat 1 pelanggan atau 1%.

Berdasarkan data distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan distribusi frekuensi Kualitas Produk pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

Histogram distribusi frekuensi Kualitas Produk pada gambar 5 tersebut menunjukkan frekuensi terbesar berada pada kelas interval 36 – 37 sebanyak 25 pelanggan dan kelas interval 38 – 39 sebanyak 25 pelanggan.

Data variabel penelitian kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan kualitas produk. Untuk mengetahui kecenderungan masing-masing skor variabel, maka digunakan skor ideal. Skor ideal dibagi menjadi 4 kategori kecenderungan, yaitu:

Tabel 14. Kriteria Penilaian Komponen

No.	Kategori	Rentang
1	Sangat tinggi	$X \geq (M_i + 1.SD_i)$
2	Tinggi	$M_i \leq X < (M_i + 1.SD_i)$
3	Rendah	$(M_i - 1.SD_i) \leq X < M_i$
4	Sangat Rendah	$X < (M_i - 1.SD_i)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Mean ideal (Mi) dan *Standar Deviasi* ideal (SDi) diperoleh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (46 + 32) \\
 &= \frac{1}{2} (78) \\
 &= 39 \\
 \text{Standar Deviasi ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (46 - 32) \\
 &= \frac{1}{6} (14) \\
 &= 2,33 \\
 \text{Kelompok sangat tinggi} &= X \geq (Mi + 1 \cdot SDi) \\
 &= X \geq 39 + 2,33 \\
 &= X \geq 41,33 \\
 &= \text{dibulatkan menjadi } X \geq 41 \\
 \text{Kelompok tinggi} &= Mi \leq X < (Mi + 1 \cdot SDi) \\
 &= 39 \leq X < (39 + 2,33) \\
 &= 39 \leq X < 41,33 \\
 &= \text{dibulatkan menjadi } 39 \leq X < 41 \\
 \text{Kelompok rendah} &= (Mi - 1 \cdot SDi) \leq X < Mi \\
 &= (39 - 2,33) \leq X < 39 \\
 &= 36,67 \leq X < 39 \\
 &= \text{dibulatkan menjadi } 37 \leq X < 39
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok sangat rendah} &= X < (M_i - 1.SD_i) \\
 &= X < 39 - 2,33 \\
 &= X < 36,67 \\
 &= \text{dibulatkan menjadi } X < 37
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan Kualitas Produk pada tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kualitas Produk

No	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	$X \geq 41$	Sangat tinggi	23	23%
2	$39 \leq X < 41$	Tinggi	27	27%
3	$37 \leq X < 39$	Rendah	23	23%
4	$X < 37$	Sangat rendah	27	27%
Jumlah			100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 15, frekuensi kecenderungan variabel kualitas produk yang berada pada rentang skor lebih dari sama dengan 41 masuk pada kategori sangat tinggi sebanyak 23 pelanggan (23%), rentang skor lebih dari sama dengan 39 sampai dengan kurang dari 41 masuk pada kategori tinggi sebanyak 27 pelanggan (27%), rentang skor lebih dari sama dengan 37 sampai dengan 39 masuk pada kategori rendah sebanyak 23 pelanggan (23%) dan rentang skor kurang dari 37 masuk kategori sangat rendah sebanyak 27 pelanggan (27%).

Kecenderungan variabel Kualitas Produk disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) gambar 6 sebagai berikut:



Gambar 6. *Pie Chart* Kecenderungan Kualitas Produk

Gambar 6 di atas menunjukkan bahwa 23% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas produk sangat tinggi, 27% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas produk tinggi, 23% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas produk rendah, dan 27% pelanggan memiliki kecenderungan kualitas produk sangat rendah. Berdasarkan data dari identifikasi kategori kecenderungan variabel kualitas produk, menunjukkan bahwa kecenderungan variabel kualitas produk PT. POS Indonesia Kediri pada kategori tinggi dan sangat rendah.

c. Kepuasan Pelanggan

Data kepuasan pelanggan diperoleh dari angket yang terdiri dari 12 butir pernyataan dengan 4 alternatif jawaban yaitu 4 untuk skor tertinggi dan 1 untuk skor terendah. Data yang diperoleh dari angket atau kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan *Mean* (M)

sebesar 39,08; *Median* (Me) sebesar 39,00; *Modus* (Mo) sebesar 42 dan *Standar Deviasi* (SD) sebesar 2,884.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus *Sturges Rule* yakni jumlah kelas interval yang disimbolkan dengan $K = 1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

2) Menentukan Rentang Kelas (*Range*)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= x_t - x_r \\
 &= 47 - 30 \\
 &= 17
 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang data} : \text{Jumlah kelas interval} \\
 &= 17 : 8 \\
 &= 2,125 \text{ dibulatkan menjadi } 2
 \end{aligned}$$

Distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

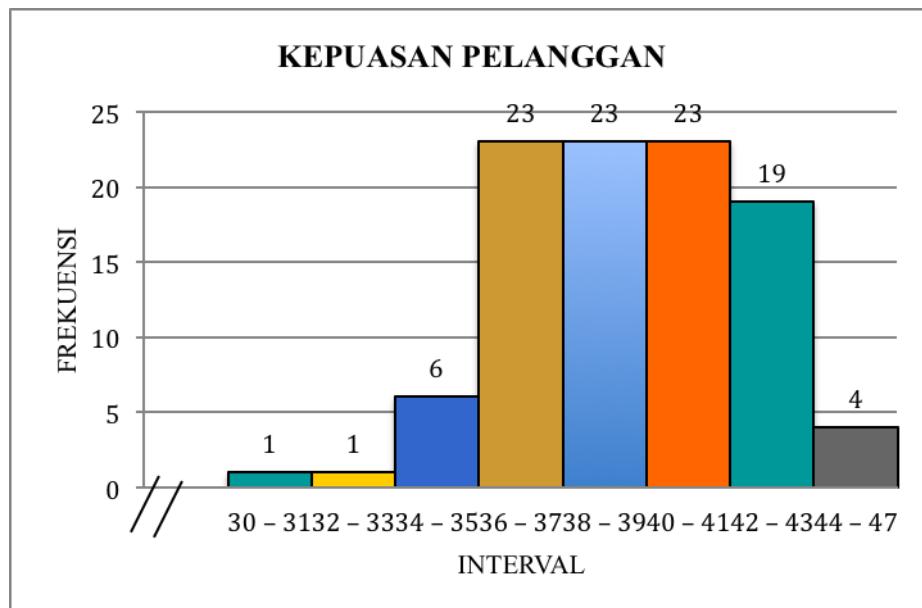
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	30 – 31	1	1 %
2	32 – 33	1	1 %
3	34 – 35	6	6 %
4	36 – 37	23	23 %
5	38 – 39	23	23 %
6	40 – 41	23	23 %
7	42 – 43	19	19 %
8	44 – 47	4	4 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 16 merupakan tabel distribusi frekuensi variabel Kepuasan Pelanggan yang terdiri dari 8 kelas interval. Setiap kelas interval memiliki panjang/rentang 2 skor. Pada tabel 16 menunjukkan pada rentang kelas interval 30 – 31 terdapat 1 pelanggan atau 1%. Kelas interval 32 – 33 terdapat 1 pelanggan atau 1%. Kelas interval 34 – 35 terdapat 6 pelanggan atau 6%. Kelas interval 36 – 37 terdapat 23 pelanggan atau 23%. Kelas interval 38 – 39 terdapat 23 pelanggan atau 23%. Kelas interval 40 – 41 terdapat 23 pelanggan atau 23%. Kelas interval 42 – 43 terdapat 19 pelanggan atau 19%. Kelas interval 44 – 47 terdapat 4 pelanggan atau 4%.

Berdasarkan data distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan pada gambar 7 sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Histogram distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan pada gambar 7 tersebut menunjukkan frekuensi terbesar berada pada kelas interval 36 – 37 sebanyak 23 pelanggan, kelas interval 38 – 39 sebanyak 23 pelanggan dan kelas interval 40 – 41 sebanyak 23 pelanggan.

Data variabel penelitian kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui kecenderungan masing-masing skor variabel, maka digunakan skor ideal. Skor ideal dibagi menjadi 4 kategori kecenderungan, yaitu:

Tabel 17. Kriteria Penilaian Komponen

No.	Kategori	Rentang
1	Sangat tinggi	$X \geq (Mi + 1.SDi)$
2	Tinggi	$Mi \leq X < (Mi + 1.SDi)$
3	Rendah	$(Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$
4	Sangat Rendah	$X < (Mi - 1.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Mean ideal (Mi) dan *Standar Deviasi* ideal (SDi) diperoleh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

<i>Mean ideal (Mi)</i>	$= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$
	$= \frac{1}{2} (47 + 30)$
	$= \frac{1}{2} (77)$
	$= 38,5$
<i>Standar Deviasi ideal (SDi)</i>	$= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$
	$= \frac{1}{6} (47 - 30)$
	$= \frac{1}{6} (17)$
	$= 2,83$
Kelompok sangat tinggi	$= X \geq (Mi + 1 \cdot SDi)$
	$= X \geq 38,5 + 2,83$
	$= X \geq 41,33$
	$= \text{dibulatkan menjadi } X \geq 41$
Kelompok tinggi	$= Mi \leq X < (Mi + 1 \cdot SDi)$
	$= 38,5 \leq X < (38,5 + 2,83)$
	$= 38,5 \leq X < 41,33$
	$= \text{dibulatkan menjadi } 39 \leq X < 41$
Kelompok rendah	$= (Mi - 1 \cdot SDi) \leq X < Mi$
	$= (38,5 - 2,83) \leq X < 38,5$
	$= 35,67 \leq X < 38,5$
	$= \text{dibulatkan menjadi } 36 \leq X < 39$
Kelompok sangat rendah	$= X < (Mi - 1 \cdot SDi)$
	$= X < 38,5 - 2,83$
	$= X < 35,67$

= dibulatkan menjadi $X < 36$

Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat distribusi frekuensi kecenderungan Kepuasan Pelanggan pada tabel 18 sebagai berikut:

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

No	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Percentase (%)
1	$X \geq 41$	Sangat tinggi	23	23%
2	$39 \leq X < 41$	Tinggi	33	33%
3	$36 \leq X < 39$	Rendah	36	36%
4	$X < 36$	Sangat rendah	8	8%
Jumlah			100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 18, frekuensi kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang berada pada rentang skor lebih dari sama dengan 41 masuk pada kategori sangat tinggi sebanyak 23 pelanggan (23%), rentang skor lebih dari sama dengan 39 sampai dengan kurang dari 41 masuk pada kategori tinggi sebanyak 33 pelanggan (33%), rentang skor lebih dari sama dengan 36 sampai dengan 39 masuk pada kategori rendah sebanyak 36 pelanggan (36%) dan rentang skor kurang dari 36 masuk kategori sangat rendah sebanyak 8 pelanggan (8%).

Kecenderungan variabel Kepuasan Pelanggan disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) gambar 8 sebagai berikut:



Gambar 8. *Pie Chart* Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

Gambar 8 di atas menunjukkan bahwa 23% pelanggan memiliki kecenderungan kepuasan pelanggan sangat tinggi, 33% pelanggan memiliki kecenderungan kepuasan pelanggan tinggi, 36% pelanggan memiliki kecenderungan kepuasan pelanggan rendah, dan 8% pelanggan memiliki kecenderungan kepuasan pelanggan sangat rendah. Berdasarkan data dari identifikasi kategori kecenderungan variabel kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kecenderungan variabel kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia Kediri pada kategori rendah.

3. Pengujian Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Bagian yang perlu dilihat untuk keperluan uji normalitas adalah bagian baris *Kolmogorov-Smirnov Z* dan *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *Asymp. Sig* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika *Asymp. Sig* kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Rangkuman hasil uji normalitas menggunakan *SPSS Statistic 22 for Mac* disajikan pada tabel 19 berikut:

Tabel 19. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,089	Normal
Kualitas Produk	0,143	Normal
Kepuasan Pelanggan	0,066	Normal

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai sebaran distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada variabel kualitas pelayanan yaitu $0,089 > 0,05$; variabel kualitas produk $0,143 > 0,05$ dan variabel kepuasan pelanggan $0,066 > 0,05$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linearitas

dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi jalur *deviation from linearity*. Perhitungan dilakukan dengan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*. Nilai signifikansi tercantum pada tabel *ANOVA Table* dari *output* yang dihasilkan oleh *SPSS Statistic 22 for Mac*. Rangkuman hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 20 berikut ini:

Tabel 20. Ringkasan Hasil Uji Linearitas

Variabel		Nilai Signifikansi	Keterangan
Bebas	Terikat		
X_1	Y	0,071	Linear
X_2	Y	0,516	Linear

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji linearitas data Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada jalur *deviation from linearity* sebesar 0,07, dimana $0,071 > 0,05$ maka data variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai hubungan yang linear dengan Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan hasil uji linearitas data Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada jalur *deviation from linearity* sebesar 0,516, dimana $0,516 > 0,05$ maka data variabel bebas Kualitas Produk (X_2) mempunyai hubungan yang linear dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis korelasi berganda. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas

dalam model regresi. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid. Uji multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Variance Infaltion Factor*). Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac* dapat diketahui dengan tabel 21 di bawah ini:

Tabel 21. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel		Nilai VIF (<i>Variance Infaltion Factor</i>)	Keterangan
Bebas	Terikat		
X ₁	Y	2,624	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂	Y	2,624	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 21 dapat diketahui bahwa nilai VIF = 2,624, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena interkorelasi antara variabel bebas kurang dari 10. Hasil uji multikolinieritas $2,624 < 10$ menunjukkan bahwa analisis regresi ganda dapat dilanjutkan.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan satu prediktor untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Untuk menguji hipotesis ketiga digunakan teknik analisis regresi ganda dengan dua predictor. Kedua teknik analisis ini menggunakan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac.*

a. Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Pengujian hipotesis pertama menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan perhitungan program *SPSS Statistic 22 for Mac.* Hasil uji hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel 22 berikut:

Tabel 22. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana $X_1 - Y$

Variabel	Harga r			Harga t		Koef.	Konst.	Keterangan
	r_{hitung}	r_{tabel}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}			
$X_1 - Y$	0,498	0,195	0,248	5,692	1,984	0,293	16,638	Positif dan Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah

1) Koefisien Korelasi (r)

Berdasarkan perhitungan menggunakan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*, menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r hitung) antara X_1 terhadap Y (rx_1y) sebesar 0,498 karena koefisien korelasi rx_1y tersebut bernilai positif, maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Pelanggan juga semakin tinggi.

2) Koefisien Determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*, diperoleh nilai koefisien determinasi (r^2x_1y) sebesar 0,248. Nilai r^2x_1y dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi 24,8% perubahan Kepuasan Pelanggan. Nilai r^2x_1y menunjukkan bahwa masih ada 75,2% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selain Kualitas Pelayanan.

3) Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh signifikansi hipotesis penelitian diketahui dengan uji t. Apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian dengan program *SPSS Statistic 22 for Mac* diketahui t_{hitung} sebesar 5,692 dan t_{tabel} dengan $dk = n - 2 = 100 - 2 = 98$ pada taraf 5%, maka diketahui bahwa t_{tabel} sebesar 1,984. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5,692 > 1,984$. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4) Persamaan Garis Regresi

Besar harga koefisien Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,293 dan bilangan konstanta sebesar 16,638. Berdasarkan angka tersebut, maka dapat disusun persamaan garis regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,293 X_1 + 16,638$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisiean X_1 sebesar 0,293 artinya apabila kualitas pelayanan (X_1) meningkat 1 poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,293.

Berdasarkan perhitungan diketahui r_{hitung} sebesar 0,498 lebih besar dari r_{tabel} 0,195 sehingga hipotesis pertama diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

b. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Pengujian hipotesis kedua menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan perhitungan program *SPSS Statistic 22 for Mac*. Hasil uji hipotesis kedua dapat dilihat pada tabel 23 berikut:

Tabel 23. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana $X_2 - Y$

Variabel	Harga r			Harga t		Koef.	Konst.	Keterangan
	r_{hitung}	r_{tabel}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}			
$X_2 - Y$	0,404	0,195	0,164	4,377	1,984	0,400	23,689	Positif dan Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah

1) Koefisien Korelasi (r)

Berdasarkan perhitungan menggunakan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*, menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r hitung) antara X_2 terhadap Y (r_{x_2y}) sebesar 0,404 karena koefisien korelasi r_{x_2y} tersebut bernilai positif, maka Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka Kepuasan Pelanggan juga semakin tinggi.

2) Koefisien Determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan *SPSS Statistic 22 for Mac*, diperoleh nilai koefisien determinasi ($r^2_{x_2y}$) sebesar 0,164. Nilai $r^2_{x_2y}$ dapat diartikan bahwa Kualitas Produk mampu mempengaruhi 16,4% perubahan Kepuasan Pelanggan. Nilai $r^2_{x_2y}$ menunjukkan bahwa masih ada 83,6% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selain Kualitas Produk.

3) Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh signifikansi hipotesis penelitian diketahui dengan uji t.

Apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian dengan program *SPSS Statistic 22 for Mac* diketahui t_{hitung} sebesar 4,377 dan t_{tabel} dengan $dk = n - 2 = 100 - 2 = 98$ pada taraf 5%, maka diketahui bahwa t_{tabel} sebesar 1,984. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,377 > 1,984$. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4) Persamaan Garis Regresi

Besar harga koefisien Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,400 dan bilangan konstanta sebesar 23,689. Berdasarkan angka tersebut, maka dapat disusun persamaan garis regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,400X_2 + 23,689$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X_2 sebesar 0,400 artinya apabila kualitas produk (X_2) meningkat 1 poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,400.

Berdasarkan perhitungan diketahui r_{hitung} sebesar 0,404 lebih besar dari r_{tabel} 0,195 sehingga hipotesis kedua diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSEIRO*) Kediri.

c. Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi ganda dengan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*. Ringkasan hasil analisis regresi ganda dapat dilihat dalam tabel 24 berikut:

Tabel 24. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Ganda

Variabel	Koef.	Konst.	Harga R dan R^2	Harga F	Keterangan	
X ₁	0,278	16,553	R _{y(1,2)}	R ² y _(1,2)	F _{hitung}	F _{tabel}
X ₂	0,032		0,499	0,249	16,071	3,090

Sumber: Data primer yang diolah

1) Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistic 22 for Mac*, menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X₁ dan X₂ terhadap Y (R_{y(1,2)}) sebesar 0,499. Karena koefisien korelasi R_{y(1,2)} tersebut bernilai positif, maka kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa jika terdapat peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

2) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²y_(1,2)) sebesar 0,249, berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu mempengaruhi 24,9% perubahan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi

menunjukkan masih ada 75,1% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan dan kualitas produk.

3) Pengujian Signifikansi dengan Uji F

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh signifikansi hipotesis penelitian dapat diketahui dengan uji F. Apabila F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui F_{hitung} sebesar 16,071 dan F_{tabel} dengan taraf signifikan 5% sebesar 3,090, maka $16,071 > 3,090$. Dengan nilai tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga terdapat pengaruh signifikansi kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

4) Persamaan Garis Regresi

Besarnya harga koefisien kualitas pelayanan (X_1) adalah 0,278 dan kualitas produk (X_2) sebesar 0,032 serta konstanta sebesar 16,553. Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disusun persamaan garis regresi dua prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,278 X_1 + 0,032 X_2 + 16,553$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa jika:

- a) Nilai koefisien X_1 sebesar 0,278 artinya apabila kualitas pelayanan (X_1) meningkat 1 poin, nilai kualitas produk (X_2) tetap maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,278 poin.
- b) Nilai koefisien X_2 sebesar 0,032 artinya apabila kualitas produk (X_2) meningkat 1 poin, nilai kualitas pelayanan (X_1) tetap maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0,032 poin.

Berdasarkan perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (*PERSERO*) Kediri.

5) Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dapat diketahui besarnya Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dilihat pada tabel 25 sebagai berikut:

Tabel 25. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

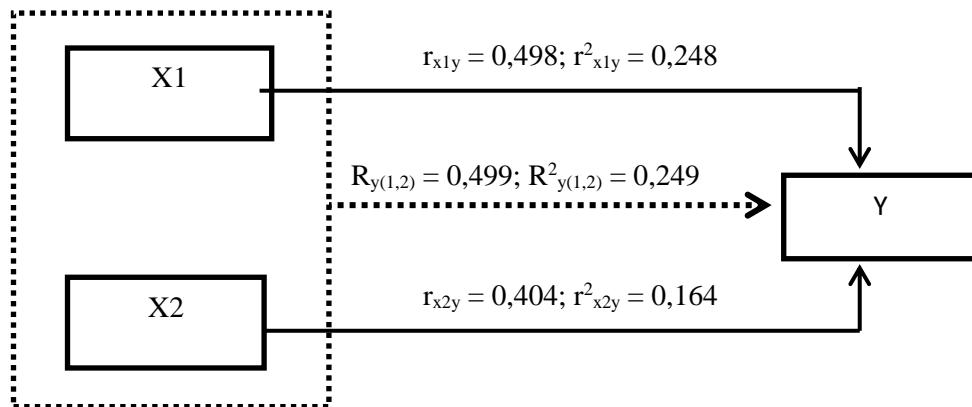
No	Nama Variabel	Sumbangan	
		Relatif	Efektif
1	Kualitas Pelayanan (X1)	94,53%	23,54%
2	Kualitas Produk (X2)	5,47%	1,36%
		100%	24,9%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil analisis yang tercantum di dalam tabel 25 diketahui bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan Sumbangan Efektif sebesar 24,9% terhadap kepuasan pelanggan dan sebesar 75,1% diberikan oleh faktor atau variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian mengenai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri dapat dilihat pada gambar 9 berikut:



Gambar 9. Ringkasan Hasil Penelitian

Keterangan:

- X1 : Kualitas Pelayanan
- X2 : Kualitas Produk
- Y : Kepuasan Pelanggan
-→ : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama - sama Terhadap Kepuasan Pelanggan
- : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien (r_{xy}) sebesar 0,498 dan harga koefisien determinasi (r^2_{xy}) sebesar 0,248. Besar koefisien determinasi memiliki makna yaitu besarnya

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 24,8%. Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 5,692 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hasil uji t diketahui bahwa t_{hitung} menunjukkan angka lebih besar daripada t_{tabel} , atau $5,692 > 1,984$, sehingga pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Berdasarkan pemaparan hasil analisis harga koefisien korelasi, harga koefisien determinasi dan uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelanggan yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga mereka yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan.

Setiap perusahaan modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Kualitas pelayanan membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan atau

perusahaan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.

Pelayanan yang diberikan di PT POS terhadap pelanggan haruslah berkualitas. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidak sesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu perusahaan, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Adanya petugas *customer service* lebih dari 1 pada PT. POS Kediri memberikan kemudahan untuk mengetahui informasi tentang PT. POS. Penambahan jumlah petugas *customer service* merupakan salah satu cara PT. POS Kediri memberikan kemudahan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas di PT Pos juga dapat ditempuh dengan penambahan fasilitas mesin pencetak tiket antrian sehingga pelanggan tidak akan mengantri dengan berdiri di depan loket.

Pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan dalam pengiriman barang menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para pelanggan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi PT. POS Kediri, karena dengan

terpenuhinya kepuasan pelanggan berarti PT. POS Kediri telah memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan maksimal. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta menjadikannya fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien (r_{x2y}) sebesar 0,404 dan harga koefisien determinasi (r^2_{x2y}) sebesar 0,164. Besar koefisien determinasi memiliki makna yaitu besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 16,4%. Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,377 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hasil uji t diketahui bahwa t_{hitung} menunjukkan angka lebih besar daripada t_{tabel} , atau $4,377 > 1,984$, sehingga pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Berdasarkan pemaparan hasil analisis harga koefisien korelasi, harga koefisien determinasi dan uji t dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan pelanggan dapat dipenuhi. Keinginan pelanggan yang terpenuhi sesuai

dengan harapannya akan membuat pelanggan menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak puasnya pelanggan sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun.

Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pelanggannya. Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan pelanggan ketika membeli dan menggunakan suatu produk. Jika perusahaan memperhatikan kualitas, maka pelanggan tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang penting dan perlu mendapat perhatian dari PT. POS. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh PT. POS Kediri, maka PT. POS Kediri tersebut akan dapat tetap memuaskan para pelanggan dan dapat menambah jumlah pelanggan. Paket pos yang beragam dan memiliki jangkauan luas untuk pengirimannya harus dapat diimbangi dengan peningkatan kualitas produk. Oleh karena itu agar produk dari PT. POS berkualitas maka perlu adanya evaluasi mengenai pelaksanaan pengiriman paket yang berakhir pada keterlambatan sehingga dapat meminimalisir keterlambatan pengiriman paket pos. Dengan demikian kualitas mempunyai dampak

langsung pada kinerja produk atau jasa serta kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri

Secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Hasil analisis dengan menggunakan regresi ganda diperoleh harga koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,499 dan harga koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,249 yang artinya pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 24,9% kemudian 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dipenelitian ini. Pada uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,071 dan F_{tabel} sebesar 3,090. Hasil uji menunjukkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} atau $16,071 > 3,090$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya sumbangan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan hasil analisis regresi ganda, besarnya sumbangan efektif 24,9% sedangkan

75,1% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan yang tinggi dalam perusahaan mempengaruhi kepuasan pelanggan, begitu juga perusahaan yang memiliki kualitas produk yang tinggi juga akan mendapatkan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Membangun kepuasan pelanggan merupakan inti dari pencapaian jangka panjang. Apabila tingkat harapan tinggi, sementara pekerjaannya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila pekerjaan melebihi apa yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki pelanggan cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman pelanggan.

Kepuasan pelanggan memiliki 5 faktor utama yaitu, faktor pertama adalah kualitas produk, pelanggan akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitasnya baik. Faktor kedua adalah harga, pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money*. Faktor ketiga adalah *service quality* yang sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor keempat adalah *emotional factor*, persepsi pelanggan memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu. Faktor kelima adalah biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk dan pelayanan tersebut.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasaan pelanggan yang tinggi pula. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama harus diperhatikan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dicapai.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,498; koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,248. Berdasarkan koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,248, artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 24,8%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,404; koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,164. Berdasarkan koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,164, artinya kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 16,4%.
3. Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri. Nilai koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,499 dan koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,249. Besarnya

pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama sebesar 24,9% didapat dari sumbangan efektif yang telah dihitung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan kepada PT. POS Indonesia (*PERSERO*) Kediri sebagai berikut:

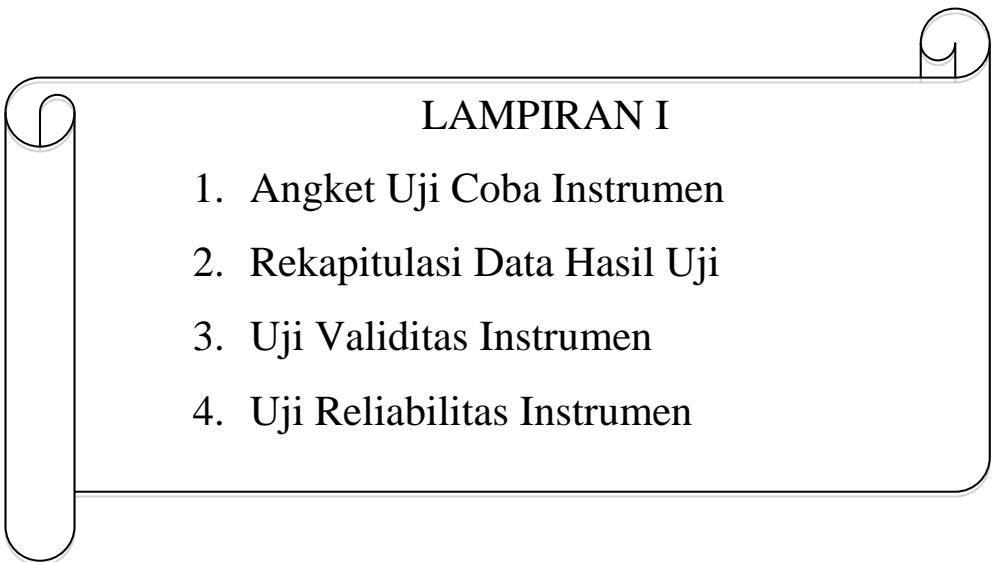
1. Kantor pos diharapkan dapat meningkatkan kinerja pelayanannya dengan cara menambah pegawai atau karyawan di bagian *customer service* serta lebih banyak membuka pelayanan transaksi di loket yang tutup pada saat jam operasional.
2. Kantor pos diharapkan dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan agar tercipta kenyamanan saat bertransaksi. Kenyamanan saat bertransaksi dapat tercipta dengan menyediakan sistem nomor antrian, karena dengan sistem nomor antrian tersebut membuat pelanggan yang ingin bertransaksi tidak harus menunggu antrian dengan berdiri di depan loket.
3. Kantor pos sebaiknya memberitahukan apabila kantor pos memiliki klaim asuransi jika barang hilang dan rusak meskipun klaim asuransi berbayar. Adanya pemberitahuan klaim asuransi berbayar, para pelanggan akan mudah mengerti apabila tidak membayar klaim asuransi maka jika nanti terjadi kerusakan dan kehilangan tidak bisa melakukan klaim asuransi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Consuegra, D., Molina A. dan Esteban A. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*, 16 (7): 459-468.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- _____. (2013). *Teori kuesioner dan analisis data*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dessica Dinar Sari. (2016). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Sim Card GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta” . *Skripsi*. UNY
- Djaslim Saladin. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djemari Mardapi. (2008). *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Non Tes*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Press.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Goetsch, David L & Stanley B. Davis. (2000). *Kualitas Manajemen*. Ahli Bahasa Hendra Teguh dan Ronny A Rusly. Jakarta: Prenhallindo.

- Handi Irawan. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Ahli Bahasa Hendra Teguh dan Ronny A Rusly. Jakarta: Prehallindo.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur Wulandari. (2013). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopikita Semarang)”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Rambat Lupiyoadi. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPIRAN



LAMPIRAN I

1. Angket Uji Coba Instrumen
2. Rekapitulasi Data Hasil Uji
3. Uji Validitas Instrumen
4. Uji Reliabilitas Instrumen

LAMPIRAN 1

ANGKET/KUESIONER UJI COBA INSTRUMEN

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) dari pertanyaan/pernyataan di bawah ini:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang (✓) lebih dari satu dalam satu nomor.

B. Identitas responden

Nama : _____

Umur : _____

Jenis Kelamin : _____

C. Daftar pernyataan

ANGKET KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan bersikap ramah pada saya				
2.	Karyawan bersikap sopan pada saya				
3.	Saya merasa aman saat bertransaksi				
4.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menjaga privasi saya				
5.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memahami kebutuhan saya				
6.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan perhatian kepada saya				
7.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri mengutamakan kepentingan saya				
8.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan pelayanan secara maksimal kepada saya				
9.	Karyawan dapat menyelesaikan keluhan saya				
10.	Karyawan membantu menyelesaikan kesulitan saya				
11.	Penanganan antrian dilakukan dengan teratur sesuai dengan yang diharapkan				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
12.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul				
13.	Karyawan mencatat kebutuhan saya				
14.	Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan saya				
15.	Penyampaian informasi dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri dapat saya mengerti				
16.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri selalu berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan				
17.	Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada pelanggan				
18.	Karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan				
19.	Gedung yang dimiliki perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memadai				
20.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri selalu berusaha membuat ruangan agar tetap nyaman bagi pelanggan				
21.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menjaga kerapuhan penampilan karyawan				
22.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menyediakan sarana parkir kendaraan yang luas				
23.	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan				
24.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri bertanggung jawab terhadap keamanan dalam pengiriman barang				
25.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri bertanggung jawab terhadap keamanan tempat parkir.				
26.	Tersedianya fasilitas P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan)				
27.	Tersedianya peralatan pemadam kebakaran				

ANGKET KUALITAS PRODUK

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Produk paket pos memenuhi kebutuhan pengiriman barang saya				
2.	Pengiriman paket pos di lakukan dengan tepat waktu				
3.	Tarif pengiriman paket pos murah				
4.	Produk paket pos memiliki jangkauan yang luas				
5.	Saya tidak pernah mengalami keterlambatan dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
6.	Saya tidak pernah mengalami kerusakan barang dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
7.	Saya tidak pernah mengalami kehilangan barang dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
8.	Paket pos merupakan produk unggulan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri				
9.	Jenis produk paket pos bervariasi				
10.	Jenis produk paket pos lengkap sesuai keinginan saya				
11.	Paket pos memiliki klaim asuransi jika barang hilang				
12.	Paket pos memiliki klaim asuransi jika barang rusak				

ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri sesuai dengan kebutuhan saya				
2.	Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri cepat serta tepat sesuai dengan permintaan saya				
3.	Produk paket pos mampu memenuhi kebutuhan saya				
4.	Kinerja pelayanan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri yang sangat baik				
5.	Saya mendapat informasi dengan cepat serta tepat				
6.	Saya mendapat kemudahan dalam pelayanan pengiriman barang				
7.	Saya merasa nyaman selama bertransaksi				
8.	Saya merasa aman selama bertransaksi				
9.	Kinerja pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri secara menyeluruh lebih baik dibandingkan dengan JNE dan TIKI				
10.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri berpengetahuan luas ketika menangani keluhan saya				
11.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan informasi yang saya perlukan dengan cepat				
12.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam)				

LAMPIRAN 2

DATA UJI COBA INSTRUMEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

No. Responden	UJI COBA INSTRUMEN KUALITAS PELAYANAN																											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	91
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	90
4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	88
5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	86
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	83
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	78
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	77
9	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	92
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	84
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
12	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	82	
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82
14	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	101
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	94
16	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	74
17	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	90
18	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	93
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	79

No. Responden	No. Butir Pernyataan																											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
20	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	90	
21	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	85
22	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	83
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	75
25	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	79
26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	74
27	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	81
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
29	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	90	
30	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	71	

DATA UJI COBA INSTRUMEN VARIABEL KUALITAS PRODUK

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	32
2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	39
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	42
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	31
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
9	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	43
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	36
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	36
17	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
18	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	41
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
20	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	43

UJI COBA INSTRUMEN KUALITAS PRODUK													
No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
21	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	30
22	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	39
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
24	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	30
25	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	36
26	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	29
27	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	33
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
29	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
30	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	26

DATA UJI COBA INSTRUMEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	34
2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	40
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
9	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	44
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
12	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	37
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43
15	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
16	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	35
17	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	42
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
19	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	38
20	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	42

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
21	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	35
22	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	40
23	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	38
24	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	4	34
25	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
26	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	39
27	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	34
28	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	42
29	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	43
30	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN KUALITAS PELAYANAN

Correlations

		Skor Total	r_tabel	Keterangan
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,616** ,000 30	0,361	VALID
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,580** ,001 30	0,361	VALID
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,579** ,001 30	0,361	VALID
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,446* ,013 30	0,361	VALID
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,485** ,007 30	0,361	VALID
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,416* ,022 30	0,361	VALID
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,635** ,000 30	0,361	VALID
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,587** ,001 30	0,361	VALID
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,306 ,100 30	0,361	TIDAK VALID
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,449* ,013 30	0,361	VALID
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,678** ,000 30	0,361	VALID
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,553** ,002 30	0,361	VALID
Item_13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,359 ,051 30	0,361	TIDAK VALID
Item_14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,197 ,269 30	0,361	TIDAK VALID
Item_15	Pearson Correlation	,439*	0,361	VALID

	Sig. (2-tailed) N	,015 30		
Item_16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,753** ,000 30	0,361	VALID
Item_17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,505** ,004 30	0,361	VALID
Item_18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,415* ,023 30	0,361	VALID
Item_19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,525** ,003 30	0,361	VALID
Item_20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,719** ,000 30	0,361	VALID
Item_21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,509** ,004 30	0,361	VALID
Item_22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,511** ,004 30	0,361	VALID
Item_23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,552** ,002 30	0,361	VALID
Item_24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,657** ,000 30	0,361	VALID
Item_25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,516** ,004 30	0,361	VALID
Item_26	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,423* ,020 30	0,361	VALID
Item_27	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,439* ,015 30	0,361	VALID

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

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

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN KUALITAS PRODUK

Correlations

		Skor Total	r_tabel	Keterangan
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,730** ,000 30	0,361	VALID
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,891** ,000 30	0,361	VALID
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,494** ,006 30	0,361	VALID
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,532** ,002 30	0,361	VALID
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,783** ,000 30	0,361	VALID
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,879** ,000 30	0,361	VALID
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,722** ,000 30	0,361	VALID
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,412* ,024 30	0,361	VALID
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,644** ,000 30	0,361	VALID
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,773** ,000 30	0,361	VALID
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,788** ,000 30	0,361	VALID
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,882** ,000 30	0,361	VALID

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

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

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN KEPUASAN PELANGGAN

Correlations

		Skor Total	r_tabel	Keterangan
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,749** ,000 30	0,361	VALID
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,700** ,000 30	0,361	VALID
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,503** ,005 30	0,361	VALID
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,555** ,001 30	0,361	VALID
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,544** ,002 30	0,361	VALID
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,685** ,000 30	0,361	VALID
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,501** ,005 30	0,361	VALID
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,595* ,001 30	0,361	VALID
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,435* ,016 30	0,361	VALID
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,652** ,000 30	0,361	VALID
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,625** ,000 30	0,361	VALID
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,636** ,000 30	0,361	VALID

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

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

LAMPIRAN 4

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN KUALITAS PELAYANAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	27

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN KUALITAS PRODUK

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	12

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN KEPUASAN PELANGGAN

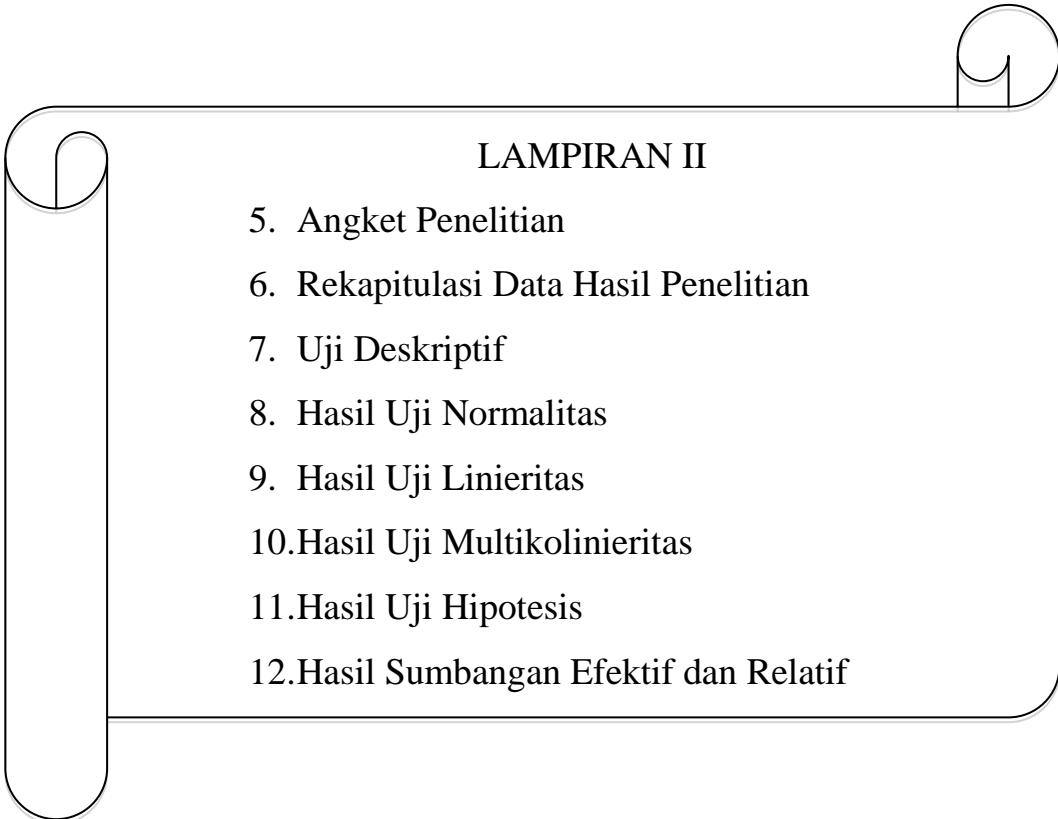
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	12



LAMPIRAN II

5. Angket Penelitian
6. Rekapitulasi Data Hasil Penelitian
7. Uji Deskriptif
8. Hasil Uji Normalitas
9. Hasil Uji Linieritas
10. Hasil Uji Multikolinieritas
11. Hasil Uji Hipotesis
12. Hasil Sumbangan Efektif dan Relatif

LAMPIRAN 5

ANGKET/KUESIONER PENELITIAN

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) dari pertanyaan/pernyataan di bawah ini:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang (✓) lebih dari satu dalam satu nomor.

B. Identitas responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

C. Daftar pernyataan

ANGKET KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan bersikap ramah pada saya				
2.	Karyawan bersikap sopan pada saya				
3.	Saya merasa aman saat bertransaksi				
4.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menjaga privasi saya				
5.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memahami kebutuhan saya				
6.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan perhatian kepada saya				
7.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri mengutamakan kepentingan saya				
8.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan pelayanan secara maksimal kepada saya				
9.	Karyawan membantu menyelesaikan kesulitan saya				
10.	Penanganan antrian dilakukan dengan teratur sesuai dengan yang diharapkan				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
11.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul				
12.	Penyampaian informasi dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri dapat saya mengerti				
13.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri selalu berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan				
14.	Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada pelanggan				
15.	Karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan				
16.	Gedung yang dimiliki perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memadai				
17.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri selalu berusaha membuat ruangan agar tetap nyaman bagi pelanggan				
18.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menjaga kerapuhan penampilan karyawan				
19.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menyediakan sarana parkir kendaraan yang luas				
20.	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan				
21.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri bertanggung jawab terhadap keamanan dalam pengiriman barang				
22.	PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri bertanggung jawab terhadap keamanan tempat parkir.				
23.	Tersedianya fasilitas P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan)				
24.	Tersedianya peralatan pemadam kebakaran				

ANGKET KUALITAS PRODUK

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Produk paket pos memenuhi kebutuhan pengiriman barang saya				
2.	Pengiriman paket pos di lakukan dengan tepat waktu				
3.	Tarif pengiriman paket pos murah				
4.	Produk paket pos memiliki jangkauan yang luas				
5.	Saya tidak pernah mengalami keterlambatan dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
6.	Saya tidak pernah mengalami kerusakan barang dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
7.	Saya tidak pernah mengalami kehilangan barang dalam pengiriman atau penerimaan paket pos				
8.	Paket pos merupakan produk unggulan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri				
9.	Jenis produk paket pos bervariasi				
10.	Jenis produk paket pos lengkap sesuai keinginan saya				
11.	Paket pos memiliki klaim asuransi jika barang hilang				
12.	Paket pos memiliki klaim asuransi jika barang rusak				

ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri sesuai dengan kebutuhan saya				
2.	Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri cepat serta tepat sesuai dengan permintaan saya				
3.	Produk paket pos mampu memenuhi kebutuhan saya				
4.	Kinerja pelayanan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri sangat baik				
5.	Saya mendapat informasi dengan cepat serta tepat				
6.	Saya mendapat kemudahan dalam pelayanan pengiriman barang				
7.	Saya merasa nyaman selama bertransaksi				
8.	Saya merasa aman selama bertransaksi				
9.	Kinerja pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri secara menyeluruh lebih baik dibandingkan dengan JNE dan TIKI				
10.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri berpengetahuan luas ketika menangani keluhan saya				
11.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri memberikan informasi yang saya perlukan dengan cepat				
12.	Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam)				

LAMPIRAN 6

DATA PENELITIAN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

No. Responden	No. Butir Pernyataan																								Jumlah	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	89
21	3	4	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	82
22	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	3	3	3	81
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	76
24	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	90
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
26	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	82
27	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	81
28	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	78
29	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	77
30	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	74
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	72
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	75
33	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	83
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	74
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
36	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	74
37	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
38	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	89
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	86
40	3	4	2	3	3	2	2	3	3	1	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	65
41	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	80
42	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	84

No. Responden	DATA PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN																								Jumlah
	No. Butir Pernyataan																								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	70
44	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	79
45	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	77
46	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	73
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
48	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	74
49	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	71
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	73
51	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	72
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
53	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	81
54	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	68
55	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	78
56	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	77
57	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	73
58	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	81
59	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	77
60	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	80
61	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	76
62	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	71
63	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	79
64	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	1	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	71
65	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	77

No. Responden	No. Butir Pernyataan																								Jumlah	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
66	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	76	
67	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	80	
68	3	3	2	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	74	
69	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	70	
70	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	72	
71	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	80	
72	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	76	
73	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	71	
74	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	76	
75	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	81	
76	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	77	
77	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	78	
78	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	78	
79	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	72	
80	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	3	72	
81	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	79	
82	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	1	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	67	
83	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	77	
84	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	75	
85	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	80	
86	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	75	
87	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	79	
88	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	80

No. Responden	DATA PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN																								Jumlah	
	No. Butir Pernyataan																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
89	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	79	
90	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	75	
91	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	76	
92	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	79	
93	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	78	
94	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	74	
95	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	73	
96	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	75	
97	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	76	
98	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	72	
99	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	79	
100	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	76

DATA PENELITIAN VARIABEL KUALITAS PRODUK

No. Responden	DATA PENELITIAN KUALITAS PRODUK												Jumlah
	No. Butir Pernyataan												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	41
2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	34
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	42	
5	3	3	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	37
6	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	36
7	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	34
8	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	41
9	4	3	1	4	2	3	3	4	3	4	2	36	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	45	
12	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	40
13	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
14	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	44
15	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46	
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
17	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	41
18	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	39
19	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	42
20	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	40

**DATA PENELITIAN
KUALITAS PRODUK**

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
44	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	41
45	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	42
46	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	40
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
48	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	36
49	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	4	38
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35
51	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
53	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	43
54	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	33
55	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	40
56	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	37
57	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	4	3	36
58	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	39
59	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	39
60	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	42
61	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	39
62	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	35
63	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	40
64	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	1	3	32
65	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	38
66	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	39

**DATA PENELITIAN
KUALITAS PRODUK**

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
67	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	39
68	3	3	2	2	3	3	1	4	3	3	3	3	33
69	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	36
70	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	33
71	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	41
72	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	37
73	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	37
74	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	42
75	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	39
76	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	37
77	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	42
78	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	38
79	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	34
80	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	37
81	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	38
82	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	35
83	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	40
84	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
85	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	41
86	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	38
87	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	39
88	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	40
89	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	38

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
90	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	39
91	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	38
92	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	39
93	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	37
94	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	37
95	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	35
96	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	38
97	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	35
98	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	36
99	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	40
100	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	38

DATA PENELITIAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	40
2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	36
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	42
5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	39
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
7	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	32
8	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	37
9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
10	3	2	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	36
11	4	4	3	4	2	4	4	3	2	3	4	3	40
12	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	38
13	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	41
14	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
15	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
16	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	38
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
18	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	42
19	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37
20	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	43

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
21	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	42
22	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
23	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	36
24	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	41
25	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	34
26	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	43
27	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
28	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	41
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
30	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	40
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
33	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	38
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
38	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43
39	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
40	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	36
41	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
43	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	38

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
44	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	42
45	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	4	36
46	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	40
47	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	38
48	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	35
49	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	36
50	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	39
51	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	34
52	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	42
53	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	43
54	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30
55	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	42
56	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	38
57	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	41
58	3	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	41
59	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	40
60	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	42
61	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	42
62	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	39
63	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	39
64	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	39
65	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	42
66	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	41

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
67	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	42
68	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	42
69	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	3	40
70	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
71	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	44
72	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	38
73	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	42
74	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	4	38
75	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	40
76	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	37
77	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	42
78	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	37
79	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	39
80	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	38
81	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	40
82	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	36
83	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	37
84	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	40
85	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	38
86	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	38
87	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	43
88	1	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	37
89	2	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	37

No. Responden	No. Butir Pernyataan												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
90	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	39
91	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	42
92	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	41
93	4	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	40
94	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	2	37
95	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	39
96	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	41
97	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	40
98	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	39
99	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	41
100	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	39

LAMPIRAN 7
HASIL DISTRIBUSI FREKUENSI

Statistics				
	Kualitas_Pelayanan	Kualitas_Produk	Kepuasan_Pelanggan	
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		76,65	38,51	39,08
Median		76,00	38,50	39,00
Mode		72 ^a	36 ^a	42
Std. Deviation		4,910	2,918	2,884
Minimum		65	32	30
Maximum		90	46	47

Frequency Table**Kualitas_Pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	65	1	1,0	1,0	1,0
	67	1	1,0	1,0	2,0
	68	1	1,0	1,0	3,0
	70	4	4,0	4,0	7,0
	71	5	5,0	5,0	12,0
	72	10	10,0	10,0	22,0
	73	7	7,0	7,0	29,0
	74	7	7,0	7,0	36,0
	75	7	7,0	7,0	43,0
	76	10	10,0	10,0	53,0
	77	7	7,0	7,0	60,0
	78	6	6,0	6,0	66,0
	79	7	7,0	7,0	73,0
	80	8	8,0	8,0	81,0
	81	7	7,0	7,0	88,0
	82	2	2,0	2,0	90,0
	83	2	2,0	2,0	92,0
	84	1	1,0	1,0	93,0
	85	1	1,0	1,0	94,0
	86	1	1,0	1,0	95,0
	87	1	1,0	1,0	96,0
	89	3	3,0	3,0	99,0
	90	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kualitas_Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	32	1	1,0	1,0	1,0
	33	4	4,0	4,0	5,0
	34	3	3,0	3,0	8,0
	35	5	5,0	5,0	13,0
	36	14	14,0	14,0	27,0
	37	11	11,0	11,0	38,0
	38	12	12,0	12,0	50,0
	39	13	13,0	13,0	63,0
	40	14	14,0	14,0	77,0
	41	7	7,0	7,0	84,0
	42	9	9,0	9,0	93,0
	43	2	2,0	2,0	95,0
	44	1	1,0	1,0	96,0
	45	3	3,0	3,0	99,0
	46	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kepuasan_Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1,0	1,0	1,0
	32	1	1,0	1,0	2,0
	34	2	2,0	2,0	4,0
	35	4	4,0	4,0	8,0
	36	11	11,0	11,0	19,0
	37	12	12,0	12,0	31,0
	38	13	13,0	13,0	44,0
	39	10	10,0	10,0	54,0
	40	13	13,0	13,0	67,0
	41	10	10,0	10,0	77,0
	42	14	14,0	14,0	91,0
	43	5	5,0	5,0	96,0
	44	1	1,0	1,0	97,0
	45	2	2,0	2,0	99,0
	47	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 8

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas_Pelajaran	Kualitas_Produk	Kepuasan_Pelanggan
N		100	100	100
Normal	Mean	76,65	38,51	39,08
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4,910	2,918	2,884
Most Extreme Differences	Absolute	,083	,078	,086
	Positive	,083	,078	,086
	Negative	-,058	-,067	-,085
Test Statistic		,083	,078	,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 ^c	,143 ^c	,066 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 9

HASIL UJI LINEARITAS

Kepuasan_Pelanggan * Kualitas_Pelayanan**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_P	Between Groups	392,660	22	17,848	3,191	,000
elanggan *	Linearity	204,597	1	204,597	36,578	,000
Kualitas_Pel	Deviation from					
ayanan	Linearity	188,063	21	8,955	1,601	,071
Within Groups		430,700	77	5,594		
Total		823,360	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_Pelanggan *	,498	,248	,691	,477
Kualitas_Pelayanan				

Kepuasan_Pelanggan * Kualitas_Prod**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_P	Between Groups	221,277	14	15,805	2,231	,013
elanggan *	Linearity	134,658	1	134,658	19,011	,000
Kualitas_Pro	Deviation from					
duk	Linearity	86,619	13	6,663	,941	,516
Within Groups		602,083	85	7,083		
Total		823,360	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_Pelanggan *	,404	,164	,518	,269
Kualitas_Prod				

LAMPIRAN 10
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	16,553	3,987			4,151	,000		
Kualitas_Pelayanan	,278	,084	,473		3,320	,001	,381	2,624
Kualitas_Produk	,032	,141	,032		,226	,822	,381	2,624

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

LAMPIRAN 11

HASIL UJI HIPOTESIS PERTAMA (X1 – Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Pelayanan ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,498 ^a	,248	,241	2,513

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,597	1	204,597	32,404	,000 ^b
	Residual	618,763	98	6,314		
	Total	823,360	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,638	3,950		,000
	Kualitas_Pelayanan	,293	,051	,498	5,692 ,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

HASIL UJI HIPOTESIS KEDUA (X2 – Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Produk ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,404 ^a	,164	,155	2,651

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	134,658	1	134,658	19,161	,000 ^b
Residual	688,702	98	7,028		
Total	823,360	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,689	3,526		6,718	,000
Kualitas_Produk	,400	,091	,404	4,377	,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

HASIL UJI HIPOTESIS KETIGA (X1 dan X2 – Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan ^b		. Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,499 ^a	,249	,233	2,525

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	204,922	2	102,461	16,071	,000 ^b
Residual	618,438	97	6,376		
Total	823,360	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,553	3,987		4,151	,000
Kualitas_Pelayanan	,278	,084	,473	3,320	,001
Kualitas_Produk	,032	,141	,032	,226	,822

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

LAMPIRAN 12
SUMBANGAN RELATIF (SR) DAN SUMBANGAN EFEKTIF (SE)

NO	X1	X2	Y	X1*Y	X2*Y
1	87	41	40	3480	1640
2	81	40	41	3321	1640
3	70	34	36	2520	1224
4	76	42	42	3192	1764
5	73	37	39	2847	1443
6	74	36	37	2738	1332
7	70	34	32	2240	1088
8	75	41	37	2775	1517
9	73	36	35	2555	1260
10	71	36	36	2556	1296
11	89	45	40	3560	1800
12	75	40	38	2850	1520
13	76	40	41	3116	1640
14	85	44	38	3230	1672
15	83	46	45	3735	2070
16	72	36	38	2736	1368
17	78	41	35	2730	1435
18	80	39	42	3360	1638
19	80	42	37	2960	1554
20	89	40	43	3827	1720
21	82	41	42	3444	1722
22	81	39	37	2997	1443
23	76	38	36	2736	1368
24	90	43	41	3690	1763
25	81	42	34	2754	1428
26	82	40	43	3526	1720
27	81	40	37	2997	1480
28	78	38	41	3198	1558
29	77	37	36	2772	1332
30	74	40	40	2960	1600
31	72	37	35	2520	1295
32	75	36	36	2700	1296
33	83	39	45	3735	1755
34	74	36	36	2664	1296
35	72	36	36	2592	1296
36	74	39	38	2812	1482

37	73	37	37	2701	1369
38	89	45	43	3827	1935
39	86	45	40	3440	1800
40	65	33	36	2340	1188
41	80	42	40	3200	1680
42	84	42	47	3948	1974
43	70	36	38	2660	1368
44	79	41	42	3318	1722
45	77	42	36	2772	1512
46	73	40	40	2920	1600
47	72	36	38	2736	1368
48	74	36	35	2590	1260
49	71	38	36	2556	1368
50	73	35	39	2847	1365
51	72	40	34	2448	1360
52	72	36	42	3024	1512
53	81	43	43	3483	1849
54	68	33	30	2040	990
55	78	40	42	3276	1680
56	77	37	38	2926	1406
57	73	36	41	2993	1476
58	81	39	41	3321	1599
59	77	39	40	3080	1560
60	80	42	42	3360	1764
61	76	39	42	3192	1638
62	71	35	39	2769	1365
63	79	40	39	3081	1560
64	71	32	39	2769	1248
65	77	38	42	3234	1596
66	76	39	41	3116	1599
67	80	39	42	3360	1638
68	74	33	42	3108	1386
69	70	36	40	2800	1440
70	72	33	38	2736	1254
71	80	41	44	3520	1804
72	76	37	38	2888	1406
73	71	37	42	2982	1554
74	76	42	38	2888	1596
75	81	39	40	3240	1560
76	77	37	37	2849	1369
77	78	42	42	3276	1764

78	78	38	37	2886	1406
79	72	34	39	2808	1326
80	72	37	38	2736	1406
81	79	38	40	3160	1520
82	67	35	36	2412	1260
83	77	40	37	2849	1480
84	75	38	40	3000	1520
85	80	41	38	3040	1558
86	75	38	38	2850	1444
87	79	39	43	3397	1677
88	80	40	37	2960	1480
89	79	38	37	2923	1406
90	75	39	39	2925	1521
91	76	38	42	3192	1596
92	79	39	41	3239	1599
93	78	37	40	3120	1480
94	74	37	37	2738	1369
95	73	35	39	2847	1365
96	75	38	41	3075	1558
97	76	35	40	3040	1400
98	72	36	39	2808	1404
99	79	40	41	3239	1640
100	76	38	39	2964	1482
Σ	7665	3851	3908	300247	150834

Diketahui:

$$\Sigma x_1 = 7665 \quad \Sigma x_1 y = 300247 \quad a_1 = 0,278$$

$$\Sigma x_2 = 3851 \quad \Sigma x_2 y = 150834 \quad a_2 = 0,032$$

$$\Sigma Y = 3908 \quad r^2 = 0,249$$

1. Sumbangan Relatif dalam persen (SR%) tiap prediktor adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{SR\%}X_1 &= \frac{a_1 \Sigma X_1 r}{a_1 \Sigma X_1 Y + a_2 \Sigma X_2 Y} \times 100\% \\
 &= \frac{0,278(300247)}{0,278(300247) + 0,032(150834)} \times 100\% \\
 &= \frac{83468,666}{83468,666 + 1826,688} \times 100\% \\
 &= \frac{83468,666}{85295,354} \times 100\% \\
 &= 94,53\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{SR\%}X_2 &= \frac{a_2 \Sigma X_2 r}{a_1 \Sigma X_1 Y + a_2 \Sigma X_2 Y} \times 100\% \\
 &= \frac{0,032(150834)}{0,278(300247) + 0,032(150834)} \times 100\% \\
 &= \frac{4826,688}{83468,666 + 1826,688} \times 100\% \\
 &= \frac{4826,688}{85295,354} \times 100\% \\
 &= 5,47\%
 \end{aligned}$$

2. Sumbangan Efektif dalam persen (SE%) tiap prediktor adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{SE\%}X_1 &= \text{SR\%}X_1 \times R^2 \\
 &= 94,53\% \times 0,249 \\
 &= 23,54\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{SE\%}X_2 &= \text{SR\%}X_2 \times R^2 \\
 &= 5,47\% \times 0,249 \\
 &= 1,36\%
 \end{aligned}$$

LAMPIRAN III

13. SURAT – SURAT PENELITIAN

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI



Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
 Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902
 Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 1550/UN34.18/LT/2016

31 Agustus 2016

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Ijin Penelitian**

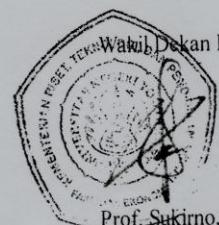
Yth . Kepala Kantor Pos Kediri
Jalan Mayjend Sungkono No. 32 Kediri
Jawa Timur

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	:	Ayu Titissari
NIM	:	12402241018
Program Studi	:	Pendidikan Administrasi Perkantoran - S1
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (PERSERO) Kediri
Tujuan	:	Memohon ijin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi
Waktu Penelitian	:	Kamis - Jumat, 1 - 30 September 2016

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan I
 Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.
 NIP. 196904141994031002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



PT POS INDONESIA (PERSERO)
KANTOR POS KEDIRI 64100
JL. MAYJEND SUNGKONO NO 32
Telp : 0354-687927, Fax : 0354-682927
Email : 641kkp@posindonesia.co.id

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 1962-/Umum/SDM-31/0916

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lia Riany
Nippes : 988392860
Jabatan : Manajer SDM Kantor Pos Kediri 64100

Menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Titissari
NPM : 12402241018
Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran

Telah melaksanakan Penelitian di Kantor Pos Kediri 64100 selama 1 (satu) bulan terhitung mulai tanggal 01 September 2016 s.d 30 September 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya.

Kediri, 17 September 2016

An Kepala Kantor


KANTOR
POS INDONESIA
KEDIRI
Man. SDM
Lia Riany

Nippes 988392860

PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137



Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Kepada Yth. :

Nomor : 074/2385/Kesbangpol/2016
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Gubernur Jawa Timur
Up. Kepala Badan Kesbangpol
Provinsi Jawa Timur

Di
SURABAYA

Memperhatikan surat :

Dari : Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 1550/ UN34.18/ LT/ 2016
Tanggal : 31 Agustus 2016
Perihal : Surat Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT.POS INDONESIA (PERSERO) KEDIRI" kepada :

Nama : AYU TITISSARI
NIM : 12402241018
No. HP/Identitas : 085735118406/ 940415340263
Prodi/Jurusan : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
Lokasi Penelitian : PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kediri, Provinsi Jawa Timur
Waktu Penelitian : 1 September 2016 s.d 30 September 2016

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

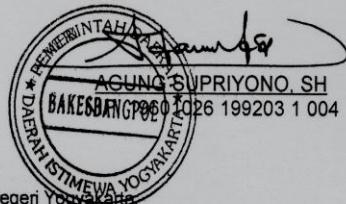
Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA
BADAN KESBANGPOL DIY



Tembusan disampaikan Kepada Yth. :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan);
2. Wakil dekan IFakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta;
- 3) Yang bersangkutan.


PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 JALAN PUTAT INDAH NO.1 TELP. (031) - 5677935, 5681297, 5675493
 SURABAYA - (60189)

REKOMENDASI PENELITIAN/SURVEY/KEGIATAN
Nomor : 070/ 11129 /203.3/2016

- Dasar** : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 ;
 2. Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 101 Tahun 2008 tentang Uraian Tugas Sekretariat, Bidang, Sub Bagian dan Sub Bidang Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Jawa Timur.
- Menimbang** : Surat Kepala Bakesbang dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tanggal 31 Agustus 2016 Nomor : 074/2385/Kesbangpol/2016 perihal Rekomendasi Penelitian atas nama Ayu Titissari

Gubernur Jawa Timur, memberikan rekomendasi kepada :

- a. Nama : Ayu Titissari
 b. Alamat : Jl. Letjend Sutoyo IV/24 Pesantren Kota Kediri
 c. Pekerjaan/Jabatan : Mahasiswa
 d. Instansi/Organisasi : Universitas Negeri Yogyakarta
 e. Kebangsaan : Indonesia

Untuk melakukan penelitian/survei/kegiatan dengan :

- a. Judul Proposal : "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri"
 b. Tujuan : Permohonan data dan wawancara/skripsi
 c. Bidang Penelitian : Administrasi Perkotaan
 d. Dosen Pembimbing : Muslikah Dwihartanti, M.Pd.
 e. Anggota/Peserta : -
 f. Waktu Penelitian : 3 bulan
 g. Lokasi Penelitian : PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Kediri

Dengan ketentuan

1. Berkewajiban menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat / lokasi penelitian/survei/kegiatan;
2. Pelaksanaan penelitian agar tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan keamanan dan ketertiban di daerah/lokasi setempat ;
3. Wajib melaporkan hasil penelitian dan sejenisnya kepada Gubernur Jawa Timur melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Jawa Timur dalam kesempatan pertama.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Surabaya, 2 September 2016

an. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 PROVINSI JAWA TIMUR
 Kepala Bidang Bakesbang Politik



Tembusan :

- Yth. 1. Gubernur Jawa Timur (sebagai laporan);
 2. Kepala Bakesbang dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di Yogyakarta;
 3. Yang bersangkutan.