

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
DI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Al Amin
140910248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Al Amin
140910248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Al Amin
NPM/NIP : 140910248
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA DI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 13 Februari 2020



Al Amin
140910248

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA
DI BATAM**

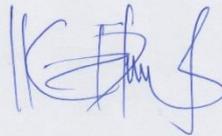
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Al Amin
140910248**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada
tanggal seperti tertera di bawah ini**

Batam, 13 Februari 2020



**Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perubahan dan perkembangan di perusahaan membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barangpun semakin meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan PT POS Indonesia di Batam Metode pengumpulan pengambilan sampel menggunakan metode *sampling Insidental* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 390 responden. Hasil penelitian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai sebesar $19.647 > t\text{-tabel } 1,649$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Untuk variabel standar operasional prosedur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar $3.512 > t\text{-tabel } 1,649$ dan nilai signifikan $0,000 < \alpha 0,05$. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung $239.712 > F \text{ tabel } 3,02$, nilai signifikansi diperoleh $0,000 < \alpha 0,05$. Berdasarkan hasil nilai *R Square* (R^2) sebesar, 0, 553 atau sebesar 55,3%. Hal ini berarti variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur 55,3% dan sisanya 44,7% merupakan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Standar Operasioanl Prosedur; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRAK

Changes and developments in the company have a considerable impact on various fields that follow the world economy, from the industrial economy to the service economy. One of these technological developments is the development of shipping and receiving goods that can be done easily, quickly, and safely. With the increasing development of technology, the need for freight forwarding services has also increased. The purpose of this study was to determine the quality of service and standard operating procedures on customer satisfaction of PT POS Indonesia in Batam. The method of collecting samples using the incidental sampling method and data collection techniques using questionnaires. The sample used was 390 respondents. The results of the study of service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a value of $19,647 > t\text{-table } 1.649$ and a significant value of $0,000 < 0.05$. For standard operating procedure variables have a positive and significant effect on customer satisfaction with a value of $3,512 > t\text{-table } 1.649$ and a significant value of $0,000 < \alpha 0.05$. While simultaneous service quality and standard operating procedures significantly influence customer satisfaction with an F value of $239.712 > F \text{ table } 3.02$, the significance value obtained $0.000 < \alpha 0.05$. Based on the results of the value of R Square (R^2) of $0,553$ or equal to 55.3% . This means that the variable of customer satisfaction can be explained by the variable service quality and standard operating procedures 55.3% and the remaining 44.7% is another factor not included in this study.

Keywords: *Service Quality; Standard Operating Procedures; Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H.,M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Bapak Berry Fernando selaku Kepala Bidang Pemasaran dan Sumber Daya Manusia PT Pos Indonesia (Persero) di Batam dan seluruh jajaran Kepala Bidang PT Pos Indonesia (Persero) di Batam yang telah memberikan izin penelitian;
7. Kepada yang tercinta Ayahanda Marwandi, Ibunda patemahwati, dan Adik Anisah dan anggam yang disayangi, terima kasih atas do,a, dukungan dan keulusan hati kepada penulis;
8. Kepada Kardi, Shaparudin, Jumadi, Zabur zain dan Fikardi, yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini;
9. Teman-teman seperjuangan, sahabat dan semua orang yang penulis sayangi yang telah memberikan do,a, dukungan, nasehat, dan menemani penulis menyelesaikan skripsi ini;

Semoga Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 13 Februari 2020

Al Amin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan penelitian.....	7
1.6. Manfaat penelitian.....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Teori Dasar.....	9
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1.2. Strategi Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.3. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.2. Standar Operasional Prosedur	14
2.1.2.1. Pengertian Standar Operasional Prosedur	14
2.1.2.2. Unsur-unsur dalam Penyusunan <i>Standard Operating Procedures</i> (SOP).....	15

2.1.2.3. Tujuan <i>Standard Operating Procedures</i> (SOP).....	17
2.1.2.4. Manfaat Penyusunan <i>Standard Operating Procedures</i> (SOP).....	18
2.1.2.5. Indikator Standar Operasional Prosedur	20
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan	22
2.1.3.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.3.2. Standar Operasional Prosedur Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.4. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Defenisi Operasional Variabel	34
3.2.1. Variabel Independen	34
3.2.1.1. Kualitas Pelayanan	34
3.2.1.2. Standar Operasional Prosedur	35
3.2.2. Variabel Dependen.....	35
3.2.2.1. Kepuasan Pelanggan	35
3.3. Populasi dan Sampel	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel.....	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5. Metode analisis Data	40
3.5.1. Analisis Deskriptif	40
3.5.2. Uji Kualitas Data	42
3.5.2.1. Uji Validitas	42
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	43
3.5.3. Uji Asumsi Klasik Regresi	44
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	44
3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	45

3.5.3.3. Uji Multikolineritas	45
3.5.4. Uji Pengaruh	46
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.5. Uji Hipotesis	48
3.5.5.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	48
3.5.5.2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	48
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	49
3.6.1. Lokasi Penelitian	49
3.6.2. Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Hasil Penelitian	50
4.1.1. Profil Responden	50
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.1.2. Analisis Deskriptif	53
4.1.2.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	53
4.1.2.2. Variabel Standar Operasional Prosedur (X_2)	55
4.1.2.3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	56
4.1.3. Uji Kualitas Data.....	57
4.1.3.1. Uji Validitas	57
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	59
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	60
4.1.4.1. Uji Normalitas	60
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas	63
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	65
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	68

4.1.6.1. Uji t (Pengujian Secara Parsial)	68
4.1.6.2. Uji F (Simultan)	69
4.2. Pembahasan.....	70
4.2.1. Analisis Deskriptif	70
4.2.1.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
4.2.1.2. Pengaruh Standar Operasional Prosedur Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.2.1.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Standar Operasional Prosedur Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Simpulan..	73
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas (Histogram).....	61
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Normal P-PPlot.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Survei Top Brand 3 Tahun Terakhir.....	3
Tabel 1.2 Data Ekspres Barang POS Batam Center	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Independen (X1).....	34
Tabel 3.2 Independen (X2).....	35
Tabel 3.3 Dependen (Y)	36
Tabel 3.4 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	39
Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskripsi	53
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	54
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Standar Operasional Prosedur (X2).....	55
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Kepuasan Pelanggan (Y)	56
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Standar Operasional Prosedur	58
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	59
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Standar Operasional Prosedur	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieraritas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	67
Tabel 4.17 Hasil Uji t	68
Tabel 4.18 Uji F.....	69

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	37
Rumus 3.2 Rentang Skala	41
Rumus 3.3 Kolerasi product moment.....	43
Rumus 3.4 Alpha Cronbach	44
Rumus 3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	46
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perubahan dan perkembangan di perusahaan membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barangpun semakin meningkat.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia adalah PT POS Indonesia, yang merupakan BUMN dan bergerak dalam kegiatan pelayanan lalu lintas informasi, uang, dan barang. Pengiriman barang belum tergantikan dengan teknologi manapun dengan pengganti apapun. Salah satu diferensiasi produk yang ditawarkan PT POS Indonesia adalah jasa layanan pengiriman paket. Jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pangsa pasar jasa pengiriman paket dikuasai oleh perusahaan jasa swasta, mendorong motivasi, persepsi dan sikap pelanggan untuk dapat menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Munculnya para pesaing tersebut memberi pengaruh kepada PT POS Indonesia.

PT POS Indonesia (Persero) sebagai BUMN yang bergerak dibidang jasa pengiriman paket pada awalnya menguasai pangsa pasar di Indonesia, namun

dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang masuk kedalam industri ini mengakibatkan persaingan semakin tinggi dan berdampak terhadap pasar perusahaan.

Dengan kepuasan pelanggan, perusahaan akan mendapat manfaat dalam bentuk hubungan antara perusahaan dan pelanggan agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik kepada pelanggan sebagai pemakai jasa, menentukan alternatif pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman, dengan berusaha mencari kepuasan yang optimal.

Dalam hal pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Beberapa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dapat melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat dan terjamin serta ketanggapan dalam pelayanan. Peningkatan layanan untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif juga ditunjukkan dengan hadirnya berbagai jasa pengiriman selain PT POS Indonesia. Beberapa diantaranya adalah Indo Ekspedisi, PT NCS, PT TIKI Online, JNE Express, PT Repex Perdana Internasional bekerjasama dengan Federal Express, DHL, dan lainnya yang siap bertarung kualitasnya agar memiliki daya saing tinggi. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, PT POS Indonesia melakukan berbagai inovasi yang salah satunya melalui transformasi pelayanan berbasis teknologi tinggi berupa Kantor Pos virtual. Selain itu PT POS Indonesia juga akan memperluas jaringan bisnis dengan memperbanyak titik layanan dan pengembangan Agen POS.

Pada hakikatnya setiap industri jasa pengiriman paket memiliki peluang yang sama untuk dipilih jasa pengirimannya, disamping itu jumlah market share yang hanya menguasai 10,5% dalam tiga tahun terakhir dari jumlah pasar juga dapat mengindikasikan bahwa pelanggan PT POS Indonesia mulai beralih menggunakan jasa pengiriman lain yang dipercayainya memiliki layanan pengiriman yang lebih memuaskan. Berikut ini data yang menggambarkan indeks penurunan brand PT POS Indonesia:

Tabel 1.1 Data Survei Top Brand 3 Tahun Terakhir

Tahun 2016		Tahun 2017		Tahun 2018	
Merek	Indeks	Merek	Indeks	Merek	Indeks
JNE	47,6%	JNE	49,4%	JNE	45,0-%
Tiki	35,7%	Tiki	34,7%	J&T	13,9%
Pos Indonesia	9,6%	Pos Indonesia	8,4%	Tiki	13,6%
DHL	1,3%	DHL	1,3%	Pos Indonesia	11,6%
				DHL	3,5%

Sumber: Top brand Award (2018)

Tabel diatas menggambarkan bahwa brand PT POS Indonesia belum menjadi brand unggulan di mata pelanggan Indonesia. Selama 3 tahun berturut-turut PT POS Indonesia (Persero) menduduki peringkat ketiga dibawah TIKI dan JNE. Pada tahun 2016 indeks 9,6%. Bahkan kian menurun indeks pada tahun 2017 8,4%. Data tersebut sekilas menggambarkan bahwa pelanggan Indonesia lebih memilih jasa pengiriman swasta dibanding PT POS Indonesia. Permasalahan yang didapati pegawai yang bertugas terlihat kurang cekatan. Kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012: 157).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa PT POS Indonesia perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada tiap tahunnya agar bisa mengungguli.

Tabel 1.2 Data Ekpres Barang POS Batam Center

NO	Bulan	Pengiriman Barang	
		Tahun 2017	Tahun 2018
1	Januari	229	2.580
2	Februari	567	2.312
3	Maret	915	2.091
4	April	812	2.222
5	Mei	793	6.147
6	Juni	833	6.502
7	Juli	794	2.046
8	Agustus	1.084	3.597
9	September	1.062	3.357
10	Oktober	1.034	2.999
11	November	2.500	
12	Desember	5.201	
	Jumlah	15.824	33.853

Sumber: Pos Batam Center (2018)

Berdasarkan tabel di atas jasa ekspres barang pos rata-rata terjadi peningkatan pada setiap bulannya tahun 2017/2018, adapun terjadi penurunan pada bulan april, mei, juli, september, dan oktober 2017 dari bulan sebelumnya dan begitu pula pada tahun 2018 terjadi penurunan pada bulan februari, maret, juli dan oktober dari bulan sebelumnya.

Peningkatan Standar Operasional Prosedur ternyata masih belum dibarengi dengan upaya perbaikan PT POS Indonesia terhadap masalah-masalah layanan lainnya seperti keterlambatan pengiriman. Secara umum, *Standard Operating Procedures* (SOP) merupakan gambaran langkah-langkah kerja (sistem, mekanisme, dan tata kerja internal) yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu tugas untuk mencapai tujuan yang dikendaki. SOP sebagai satu dokumen atau instrumen memuat tentang proses dan prosedur suatu kegiatan yang bersifat efektif dan efisien berdasarkan suatu standar yang sudah baku (Arnina P. Dkk, 2016: 30).

Sesuai defenisi diatas menyimpulkan bahwa SOP adalah suatu dokumen berisi prosedur kerja yang harus dilakukan secara kronologis dan sistematis dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu dengan tujuan agar memperoleh hasil kerja paling efektif.

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar (Sailendra, 2015: 11).

Pelanggan memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan terhadap jasa yang diberikan perusahaan PT POS Indonesia. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan akan menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan perusahaan. Pelanggan kurang puas menggunakan jasa PT POS Indonesia sehingga beralih menggunakan jasa yang lain karena karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari pelanggan, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk ataupun jasa yang mereka dipikirkan sebelumnya dan kinerja yang mereka harapkan (Rosalina, 2019).

Bahwa secara keseluruhan kinerja dimensi ini masih perlu ditingkatkan, terlebih lagi mengingat layanan POS harus terjamin dan aman dari kehilangan atau kerusakan kiriman yang sesuai dengan motto PT POS Indonesia (Persero), yaitu : Cepat (Sigra), Tepat (Acta), Aman dan Terpercaya (Nirbaya).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tertarik untuk mengambil judul penelitian pada perusahaan tersebut yaitu: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT POS INDONESIA DI BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

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

1. Permasalahan yang didapati pegawai yang bertugas terlihat kurang cekatan.
2. Peningkatan Standar Operasional Prosedur ternyata masih belum dibarengi dengan upaya perbaikan PT POS Indonesia terhadap masalah-masalah layanan lainnya seperti keterlambatan pengiriman.
3. karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari pelanggan, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan. Maka penelitian ini dibatasi hanya pada kualitas pelayanan, standar operasional prosedur dan kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut di atas, Maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?
2. Bagaimana pengaruh standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam?

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini secara rinci adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan pengaplikasian ilmu sebagai sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu

manajemen pemasaran terutama dalam menganalisis tingkat kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai dasar?

- a. Sebagai bahan evaluasi mengenai permasalahan dan hambatan pada strategi *Marketing* yang dijalankan oleh perusahaan.
- b. Dengan menerapkan strategi *Marketing*, dapat meningkatkan citra perusahaan agar mampu menjadi *market leader* di tengah ketatnya persaingan perusahaan khususnya pada perusahaan jasa

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan pihak-pihak lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya dibidang pemasaran.

4. Bagi Universitas Putera Batam

Dapat dijadikan sebagai suatu karya yang dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa serta pihak lain yang memiliki ketertarikan untuk meneliti dalam bidang yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena Pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga Pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut. Dalam hal ini perusahaan yang dimaksud adalah yang baik atau pelayanan yang berkualitas, karena pelayanan yang baik akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut, oleh karena itu pelayanan yang baik ialah merupakan salah satu kunci untuk keberhasilan dalam dunia bisnis.

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2012: 83). Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan jasa pelayanan guna untuk memenuhi harapan pelanggan (Nilasari & Istiantin, 2015: 56)

Dari para ahli di atas bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Pelayanan juga diartikan sebagai jasa

atau *service* yang diberikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kegesitan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayan terhadap kepuasan pelanggan.

2.1.1.2.Strategi Kualitas Pelayanan

Strategi pelayanan yaitu bagian pasar, teknologi, dan sebagainya, ini bagian *sentral* karena menguraikan budaya intern perusahaan, disamping citra ekstren yang diinginkan (Walker, 2012 : 25). Hal itu perlu dinyatakan secara tertulis dan dikomunikasikan secara meluas, sehingga tidak ada seorang pun yang meragukan apa yang dirancang akan tercapai. Pernyataan ini harus diimbangi dengan struktur organisasi yang di rancang untuk tanggapan pelanggan.

Ada beberapa hal yang harus dirancang yaitu:

1. Keperluan Pelanggan

Tidak ada perusahaan yang bisa bertahan lama jika kebutuhan pelanggannya tidak sepenuhnya atau diabaikan setelah diketahui.

2. Kegiatan Pesaing

Dalam dunia persaingan, tugas utama pengusaha adalah menggaet pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan baru maupun pelanggan lama, dan juga bagaimana cara mematikan laju perkembangan pesaing. Dengan demikian, dalam menjalankan strategi perusahaan yang kompetitif, seorang pengusaha diharapkan untuk terus menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaing.

3. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang

merupakan suatu objek, alat, material atau benda yang bisa dilihat, disentuh dan dirasa dengan panca indera; maka jasa/ layanan justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki maka jasa/ layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non- ownership*). Jasa bersifat *intangible*, artinya layanan tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang pelanggan layanan tidak dapat menilai hasil dari sebuah layanan sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

4. Bervariasi (*Heterogeneity*)

Layanan bersifat variabel atau heterogen karena merupakan *nonstandardized output*, artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana layanan tersebut dihasilkan. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas layanan, yaitu: (1) kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan; (2) moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; serta (3) beban kerja perusahaan. Tidak terpisahkan (*Inseparability*) Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan layanan umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari layanan bersangkutan. Dalam

hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis. Implikasinya, sukses tidaknya layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, system kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif.

5. Tidak Lahan lama (*Perishability*)

Perishability berarti bahwa layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan layanan juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa/layanan seringkali mengalami masalah sulit.

2.1.1.3. Tujuan Kualitas Pelayanan

Tujuan pelayanan pada umumnya adalah bagaimana mempersiapkan layanan publik yang dikehendaki atau dibutuhkan publik dan bagaimana menyatakannya dengan tepat kepada publik mengenai pilihannya dan cara mengaksesnya dan direncanakan dan disediakan oleh pemerintah (Tombokan, Kawet, & Uhing, 2015). Rincian dari tujuan pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan pelayanan publik yang disediakan, apa saja macamnya.
2. Memperlakukan penggunaan pelanggan, sebagai *customers*
3. Berusaha memuaskan penyampaian pelayanan, apa yang diinginkan mereka.
4. Mencari cara penyampaian pelayanan yang paling baik dan berkualitas.
5. Menyediakan cara-cara, bila pengguna pelayanan tidak ada pilihan lain.

2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam melakukan evaluasi terhadap pelayanan, pelanggan menggunakan atribut sebagai penentu kualitas pelayanan. Terdapat beberapa dimensi atau indikator yang dapat dijadikan penentu kualitas pelayanan yaitu (Kotler & Amrstrong, 2013: 30):

1. Keandalan (*reability*)

berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

berkenaan dengan kesediaan dengan kemampuann para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka.

3. Jaminan (*assurance*)

prilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan mampu menciptakan rasa aman kepepada para pelanggan.

4. Empati (*empathy*)

perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Langsung (*tangibles*)

berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik pelengkapan material yang digunakan serta penampilan karyawan.

2.1.2. Standar Operasional Prosedur

2.1.2.1. Pengertian Standar Operasional Prosedur

Secara umum, *Standard Operating Procedures* (SOP) merupakan gambaran langkah-langkah kerja (sistem, mekanisme, dan tata kerja internal) yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu tugas untuk mencapai tujuan yang dikendaki. SOP sebagai satu dokumen atau instrumen memuat tentang proses dan prosedur suatu kegiatan yang bersifat efektif dan efisien berdasarkan suatu standar yang sudah baku (Arnina P. Dkk, 2016: 30).

Standard Operating Procedures (SOP) adalah suatu pedoman atau acuan untuk melakukan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan Tjipto Amtoko dalam (Arnina P. Dkk, 2016: 31).

Standard Operating Procedures (SOP) adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan), di mana pekerjaan tersebut dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, di mana melakukannya, dan siapa yang melakukannya

Sesuai definisi diatas menyimpulkan bahwa SOP adalah suatu dokumen berisi prosedur kerja yang harus dilakukan secara kronologis dan sistematis dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu dengan tujuan agar memperoleh hasil kerja paling efektif.

2.1.2.2. Unsur-unsur dalam Penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP)

Kita telah mengetahui bersama apa itu *Standard Operating Procedures* (SOP) Kini beralih mengenai unsur-unsur dalam penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP). Unsur dalam penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP) berfungsi sebagai acuan dasar penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP). Selain itu, unsur penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP) juga berfungsi sebagai kontrol atau pengendali pelaksanaan *Standard Operating Procedures* (SOP) sehingga kita bisa mengetahui dan melihat apakah SOP yang disusun sudah sesuai dan lengkap atau belum. *Standard Operating Procedures* (SOP) unsur-unsur yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP), sebagai berikut (Tambunan, 2013: 142):

1. Tujuan

Tujuan penyusunan SOP merupakan landasan setiap prosedur dan langkah-langkah kegiatan di dalam SOP.

2. Kebijakan

Pernyataan kebijakan bertujuan mendukung pelaksanaan prosedur secara efektif, efisien dan bersifat spesifik untuk masing-masing prosedur.

3. Petunjuk operasional

Petunjuk operasional sangat penting untuk mengarahkan pengguna bagaimana membaca dan memahami dokumen SOP. Petunjuk operasional disajikan di halaman awal pedoman. Petunjuk ini harus dinyatakan dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.

4. Pihak yang terlibat

Sebagai pihak penyusun, sebaiknya SOP disusun oleh satu tim. Hal ini bertujuan supaya perihal dalam perubahan SOP mudah dikomunikasikan.

5. Formulir

Adalah bentuk standar dan dokumen dokumen kosong yang sering juga disebut blanko atau dokumen. Di dalam SOP, blanko atau dokumen merupakan media validasi dan kontrol prosedur. Jadi, formulir ini berfungsi sebagai kontrol SOP serta pelaksanaan audit. Oleh karena itu, di dalam pedoman SOP harus juga dijelaskan dengan tepat bagaimana cara pengisian setiap formulir dalam prosedur yang bersangkutan.

6. Masukan

Kemudian media masukan disiapkan, sehingga kegiatan di dalam sistem dapat dilakukan, dengan asumsi bahwa kualitas data sudah memenuhi persyaratan sesuai yang dinyatakan dalam kebijakan ataupun syarat prosedur.

7. Proses

Tujuan proses di sini adalah mengubah masukan menjadi keluaran. Proses dapat terdiri dari satu atau lebih subproses. Data dan informasi di dalam masukan diubah menjadi informasi dan knowledge yang dibutuhkan oleh organisasi untuk pengambilan keputusan dan melaksanakan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

8. Laporan

Laporan yang dimaksud dalam SOP harus dibedakan dengan formulir, blanko, atau dokumen. Laporan dalam suatu prosedur, biasanya sangat spesifik dan tidak akan sama dengan laporan yang diproduksi di dalam prosedur lainnya.

9. Validasi

Validasi adalah bagian yang penting dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan di dalam organisasi, Tujuan melakukan validasi untuk memastikan bahwa semua keputusan yang diambil dan kegiatan yang dilakukan telah sah (valid).

10. Kontrol

Kontrol dibagi dengan berbagai cara. Ada yang menurut spesifikasinya, prosedurnya, kepatuhannya, dan sebagainya. Untuk dapat menerapkan SOP dan prosedur-prosedur, maka kontrol yang diterapkan harus mencakup semua bentuk tersebut.

2.1.2.3. Tujuan *Standard Operating Procedures* (SOP)

Pada umumnya, *Standard Operating Procedures* (SOP) adalah untuk menciptakan kepastian aturan yang diwujudkan dalam bentuk komitmen untuk melaksanakannya. Sehingga akan terciptalah kinerja yang terstruktur, sistematis dan baku. Hal tersebut tentunya akan berdampak kepada kemajuan organisasi atau perusahaan. Secara spesifikasi tujuan dari *Standard Operating Procedures* (SOP) (Arnina P. Dkk, 2016: 36) adalah:

1. Agar pegawai dapat menjaga konsistensi menjalankan suatu prosedur kerja.
2. Memudahkan proses pengontrolan pada setiap proses kerja.
3. Mengetahui dengan jelas peran dan fungsi tiap-tiap posisi.
4. Memberikan keterangan atau tentang alur proses kerja, wewenang dan tanggung jawab dalam bekerja.
5. Memberikan keterangan tentang dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam suatu proses kerja.
6. Melindungi perusahaan dan pegawai dari kesalahan administrasi lainnya.
7. Menghindari kesalahan, keraguan, duplikasi dan inefisiensi.
8. Mengarahkan pegawai untuk disiplin dalam pekerjaannya.
9. Sebagai pedoman dalam mengerjakan pekerjaan rutin.
10. Untuk mengidentifikasi pola kerja secara tertulis, sistematis, dan konsisten agar mudah dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat baik internal maupun eksternal.
11. Memudahkan proses pemberian tugas serta tanggung jawab kerja.

2.1.2.4. Manfaat Penyusunan *Standard Operating Procedures* (SOP)

Adapun manfaat *Standard Operating Procedures* (SOP) dalam perusahaan (Arnina P. Dkk, 2016: 37) adalah:

1. Sebagai standarisasi cara yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan dan tugasnya.
2. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab individual pegawai dalam melaksanakan tugasnya.

3. Mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin dilakukan oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
4. Membantu mami untuk menjadi lebih mandiri dan tidak bergantung pada intervensi manajem sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksana& proses sehari-hari.
5. Memberikan informasi mengenai beban tugas yang dipikul oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
6. Memberikan informasi dalam upaya peningkatan kompetensi pegawai.
7. Memberikan informasi mengenai kualifikasi kompetensi yang harus dikuasai oleh pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
8. Memudahkan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai pelanggan dilihat dari kesederhanaan alur pelayanan.
9. Mengurangi beban kerja dan dapat meningkatkan *comparability*, *credibility*, dan *defensibility*.
10. Meningkatkan akuntabilitas pelaksanaan tugas.
11. Dapat digunakan sebagai alat ukur kinerja pegawai.
12. Menghindari tumpang tindih pelaksanaan tugas.
13. Memberikan efisiensi waktu karena; semua proses kerja sudah terstruktur dalam sebuah dokumen tertulis.
14. Membantu memberikan informasi yang diperlukan dalam penyusunan standar pelayanan, sehingga dapat memberikan informasi yang jelas bagi kinerja pelayanan.

2.1.2.5.Indikator Standar Operasional Prosedur

Adapun indikator-indikator *Standard Operating Procedures* (SOP) antara lain sebagai berikut (Insani, 2010: 2):

1. Analisis sistem dan prosedur kerja

Analisis sistem dan prosedur kerja adalah kegiatan mengidentifikasi fungsi-fungsi utama dalam suatu pekerjaan, dan langkah-langkah yang diperlukan dalam melaksanakan fungsi sistem dan prosedur kerja. Sistem adalah kesatuan unsur atau unit yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi sedemikian rupa, sehingga muncul dalam bentuk keseluruhan, bekerja, berfungsi atau bergerak secara harmonis yang ditopang oleh sejumlah prosedur yang diperlukan, sedang prosedur merupakan urutan kerja atau kegiatan yang terencana untuk menangani pekerjaan yang berulang dengan cara seragam dan terpadu.

2. Analisis Tugas

Analisis tugas merupakan proses manajemen yang merupakan penelaahan yang mendalam dan teratur terhadap suatu pekerjaan, karena itu penelitianalisa tugas diperlukan dalam setiap perencanaan dan perbaikan organisasi. penelitianalisa tugas diharapkan dapat memberikan keterangan mengenai pekerjaan, sifat pekerjaan, syarat pejabat, dan tanggung jawab pejabat.

3. Analisis prosedur kerja

Analisis prosedur kerja adalah kegiatan untuk mengidentifikasi urutan langkah-langkah pekerjaan yang berhubungan apa yang dilakukan,

bagaimana hal tersebut dilakukan, bilamana hal tersebut dilakukan, dimana hal tersebut dilakukan, dan siapa yang melakukannya. Prosedur diperoleh dengan merencanakan terlebih dahulu bermacam-macam langkah yang dianggap perlu untuk melaksanakan pekerjaan. Prosedur kerja dapat dirumuskan sebagai serangkaian langkah pekerjaan yang berhubungan, biasanya dilaksanakan oleh lebih dari satu orang, yang membentuk suatu cara tertentu dan dianggap baik untuk melakukan suatu keseluruhan tahap yang penting.

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Secara umum kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang (Kotler & Amrstrong, 2012: 35).

Pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok

produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya (Kotler & Amrstrong, 2012: 36).

Kepuasan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya”. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*)” (Tjiptono, 2012: 38).

Sesuai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan awal dengan kinerja/hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan terpenuhi apabila kebutuhannya terpenuhi melebihi harapan awalnya sedangkan pelanggan merasa tidak puas apabila hasil/kinerja yang diterimanya kurang dari harapan awalnya.

2.1.3.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan manfaat spesifik antara lain (Tjiptono, 2012: 310):

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan terutama melalui pembelian ulang, *cross selling* dan *up selling*.
3. Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya komunikasi, pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan.
4. Menekan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok.

6. Rekomendasi gethok tular positif.
7. Pelanggan lebih cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extentions*, *brand extentions* dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

2.1.3.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur/memantau kepuasan pelanggan (Kotler dalam Tjiptono, 2012: 318) yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui kotak saran yang diletakkan ditempat strategis, saluran telepon khusus (*customer hot lines*), *email*, kartu komentar, ataupun via pos.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Melakukan penelitian atau survei pasar mengenai kepuasan pelanggan dengan menggunakan pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* itu menyampaikan hasil temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost Customer penelitiaanalysis*

Metode ini cukup unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.1.3.4.Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk ataupun jasa yang mereka dipikirkan sebelumnya dan kinerja yang mereka harapkan (Rosalina, 2019) indikatornya yaitu:

1. *Expectations.*

Pemahaman mengenai kepuasan pelanggan dibangun selama fase prapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan.

2. *Performance.*

Selama menggunakan jasa, pelanggan menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi pelanggan.

3. *Comparison.*

Setelah menggunakan jasa, terdapat adanya harapan para pembelian dan persepsi kinerja aktual yang pada akhirnya pelanggan akan membandingkan

keduanya.

4. *Confirmation/disconfirmation.*

Hasil dari perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Menurut (Marie, 2019). Judul: *The Effect of Service Quality and Servicescape Towards Customer Satisfaction, Starbucks Coffee, Jakarta. Metode Penelitian: purposive sampling technique.* Hasil Penelitian : *Based on hypothesis testing, t test results indicate that servicescape and service quality have a significant simultaneous effect on customer satisfaction.*

Menurut (Handoko, 2016). Judul: *The Effect Of Product Quality And Delivery Service On Online- Customer Satisfaction In Zalora Indonesia.* Hasil Penelitian: *shows the quality of products and delivery services have a significant effect on online customer satisfaction.*

Menurut (Salim, Rahayu, & Sudjatno, 2019). Judul: *Effect Of The Service Quality On Tuting Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City.* Metode Penelitian: purposive sampling. Hasil Penelitian: *The results showed that the quality of service had a significant effect on customer satisfaction and influence word of mouth customers.*

Menurut (Berthanila, 2017). Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit

Pelayanan Cabang Labuan). Metode penelitian: *accidental sampling*. Hasil penelitian: Data instrumen penelitian menggunakan tiga jenis alat, yaitu kuesioner menggunakan model skala Likers. Kuesioner disiapkan dengan konstruksi berbagai teori analisis data yang dilakukan pada tingkat 95% hasilnya adalah secara signifikan sepanjang hipotesis yang ada. Jadi hasil penelitian ini mengtakan bahwa variabel kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan di PT. Pegadain (Persero) Unit Layanan Pegadain Cabang Labuan.

Menurut (Utami, 2018). Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Diklat Ket-erampilan Pelaut Di Pip Semarang. Metode penelitian: pengumpulan data. Hasil penelitian: Pengujian hipotesis pertama pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen” dapat dibuktikan secara statistik.

Menurut (Panjaitan, Siagian, & Purba, 2019). Judul: Pengaruh Penerapan Standard Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Tapanuli Utara. Metode penelitian: *sampling incidental*. Hasil penelitian: Berdasarkan pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi, bahwa 0,60-0,799 tingkat hubungan korelasi berada pada kategori kuat, dengan demikian koefisien yang ditemukan sebesar 0,687 berada pada kategori kuat. Jadi terdapat hubungan yang positif dengan kategori kuat antara Standard Operasional prosedur Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat.

Menurut (Tyas Kurniawati*, Bambang Irawan, 2019). Judul: Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. Metode penelitian: metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan layanan yang diberikan dari pihak Pizza Hut cabang Jember sesuai dengan harapan, layanan yang diberikan sudah dari cukup (memuaskan).

Menurut (Yuniarta et al., 2019). Judul: pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket pada pt. jne express cabang jember dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Metode penelitian: analisis jalur/*Path Analysis*. Hasil penelitian: Hasil analisis jalur pada Uji t terhadap hipotesis ketiga (H3) dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0.020. Hubungan yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif, artinya semakin baik Kualitas Pelayanan maka Kepuasan akan semakin meningkat (H3 diterima).

Menurut (Adam & Parani, 2016). Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Tiket Pada Agen Jasa Maskapai Penerbangan Pt . Garuda Airlines Di Kota Palu. Metode penelitian: purposive sampling. Hasil penelitian: Kualitas layanan Bukti fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap, dan Jaminan secara serempak memengaruhi signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli tiket pada agen jasa Maskapai Penerbangan PT. Garuda Airlines.

Menurut (Ningsih, Adam, & Aornelius, 2015). Judul: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa “Rumah Laundry” Di Kecamatan Palu Selatan. Metode penelitian: purposive sampling. Hasil penelitian: kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik (X1), empati (X2), reliabilitas (X3), daya tanggap (X4) dan jaminan (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan di Rumah Laundry di Palu Selatan, dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul peneliti	Hasil/kesimpulan
1	(Pradana, 2018)	Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen hubungan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Kualitas pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	(Venesia, 2015)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Kualitas Layanan dengan nilai t Hitung 3,980 (sig 0,000 < 0,05) dan variabel Persepsi Harga dengan nilai t Hitung 5,150 (sig 0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3	(Rina Anggriana, 2017)	Pengaruh Harga, Prmosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember	1. Variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Ojek <i>Online</i> “Om-Jek” Jember. Jika kualitas layanan pengguna jasa ojek <i>online</i> yang diberikan baik, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4	(Sumi Kasum, 2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Di Jakarta Timur	1. Kualitas pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan
5	(1Syaiful Aswad, 2Realize, 2018)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	1. Berdasarkan Hasil Penelitian Tentang Hasil Uji T, T Hitung Untuk Harga Dan Kualitas Layanan Lebih Besar Dari T Tabel, Dapat Disimpulkan Ada Beberapa Pengaruh Positif Dan Harga Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan, 2. Ada Pengaruh Positif Dan Signifikan Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan. Hasil Uji F Lebih Besar F Tabel. Maka Dapat Disimpulkan Bahwa Variabel Harga Dan Kualitas Layanan Secara Simultan Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

2.3. Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

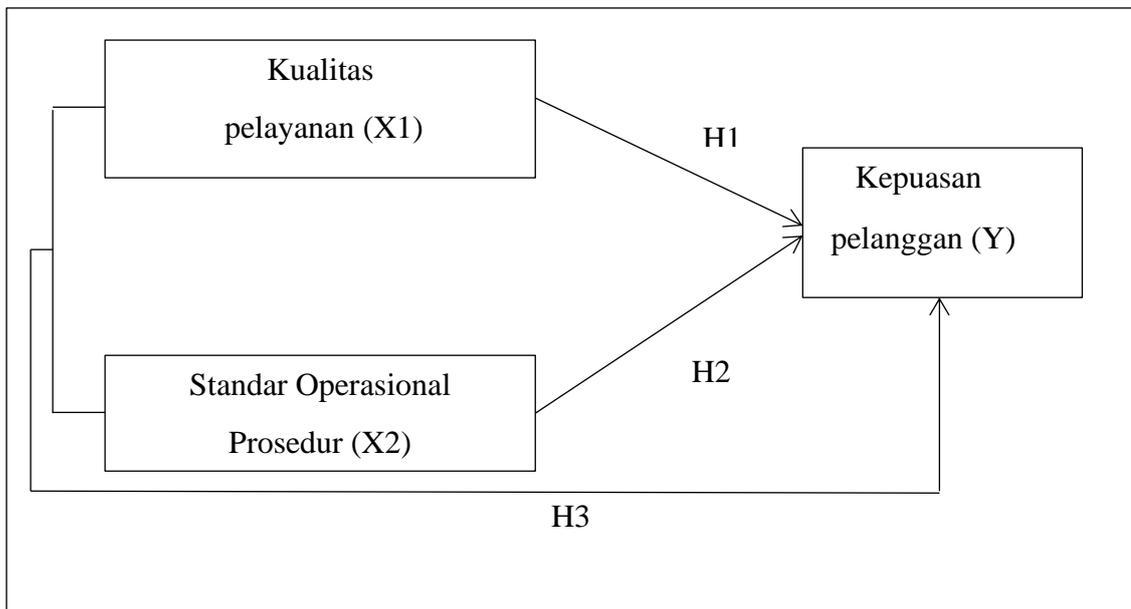
Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sholeha, Djaja, & Widodo, 2018). Menyatakan bahwa Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan.

2.3.2 Standar Operasional Prosedur Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam mewujudkan keinginan dan tujuan perusahaan haruslah ada suatu standar atau pedoman tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok untuk mencapai tujuan organisasi. Karena Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan tatacara atau tahapan yang dilakukan dan yang harus dilalui untuk menyesuaikan suatu proses kerja tertentu. Di sisi lain ada proses manajemen dalam pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana setiap perusahaan melakukan hal ini, untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dalam melakukan Pelayanan harus memperhatikan standar operasional prosedur yang telah ditetapkan. Dalam SOP tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Panjaitan et al., 2019). Standard Operasional Prosedur adalah serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan (terdokumentasi) mengenai berbagai proses penyelenggaraan administrasi pemerintahan, bagaimana dan kapan harus dilakukan. Standar Operasional Prosedur (SOP) pada dasarnya adalah pedoman yang berisi prosedur-prosedur operasional standar yang ada dalam suatu organisasi yang digunakan memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta penggunaan yang dilakukan oleh orang-orang dalam organisasi berjalan secara efisien dan efektif.

Kerangka pemikiran merupakan dasar dari masalah terhadap variabel-variabel yang akan diteliti. Yang menjadi pokok rangkaian/kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori (Sugiyono, 2014: 35).

H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonsia di Batam.

H₂ : Diduga standar operasional prosedur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

H₃ : Diduga kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian pada dasarnya merupakan gambaran berkaitan dengan bagaimana penelitian itu akan dilaksanakan, pada tahap awal terdapat banyak pertanyaan pokok perlu dijawab seperti substansi masalah yang akan diteliti, tempat penelitian akan dilaksanakan, urgensi masalah tersebut diteliti, langkah serta prosedur yang akan dilaksanakan dalam penelitian, waktu pelaksanaan, biaya yang diperlukan dan sebagainya, semua pertanyaan atau masalah tersebut akan berkaitan dengan bagaimana desain penelitian yang akan disusun (Suharsaputra, 2012; 193)

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau blue print penelitian (Sujarweni, 2015:71).

Jenis penelitian ini menggunakan perencanaan penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan variabel yang akan diteliti. Data dikumpulkan dari responden (bagian dari populasi) dengan melakukan survei melalui kuesioner atau angket dan dengan melakukan wawancara. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, ditingkatkan dengan penyajian data dalam bentuk tabel, gambar dan grafik tabel, grafik, diikuti dengan analisis dan pembahasan.

3.2. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik (Sugiyono, 2012: 31).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2015: 96). Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur.

3.2.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2012: 83).

Tabel 3.1 Independen (X1)

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Keandalan (<i>reability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati (<i>empathy</i>) 5. Bukti Langsung (<i>tangibles</i>)	Likert

3.2.1.2. Standar Operasional Prosedur

Standard Operating Procedures (SOP) merupakan gambaran langkah-langkah kerja (sistem, mekanisme, dan tata kerja internal) yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu tugas untuk mencapai tujuan yang dikendaki. SOP sebagai satu dokumen atau instrumen memuat tentang proses dan prosedur suatu kegiatan yang bersifat efektif dan efisien berdasarkan suatu standar yang sudah baku (Arnina P. Dkk, 2016: 30).

Tabel 3.2 Independen (X2)

Variabel	Indikator	Skala
Standar Operasional Prosedur (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis sistem dan prosedur kerja 2. Analisis Tugas 3. Analisis prosedur kerja 	Likert

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen/bebas (Sugiyono, 2015: 97). Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

3.2.2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk ataupun jasa yang mereka dipikirkan sebelumnya dan kinerja yang mereka harapkan (Rosalina, 2019)

Tabel 3.3 Dependen (Y)

Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Expectations</i> 2. <i>Performance</i> 3. <i>Comparison.</i> 4. <i>Confirmation/disconfirmation</i> 	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 80).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa PT POS Indonesia di Batam Center Kota Batam yang datang pada tahun 2017 yaitu sebanyak 15.824 responden.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015: 81). Bila populasi besar tidak mungkin, dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya ada keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka akan menagambil sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Pengambilan sampel diperoleh dengan menggunakan metode *incidental sampling* (aksidental sampling). Ini adalah teknik untuk mengidentifikasi specimen berdasarkan kebetulan, yaitu, siapa pun yang secara tidak sengaja bertemu

dengan seorang peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika melihat orang yang kebetulan cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012:85).

Dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, anggota sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Slovin

Sumber: (Noor, 2011:158)

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota sampel

e = Error level/tingkat kesalahan (5% atau 0,05)

sehingga sampel dapat di hitung dengan cara:

$$\begin{aligned} &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\ &= \frac{15824}{1 + 15824 \cdot (0,05)^2} \\ &= \frac{15824}{40,56} \\ &= 390 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel diperoleh 390 responden jadi sampel dalam penelitian ini adalah 390 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013: 224). Teknik pengumpulan data merupakan dimana mendapatkan variabel-variabel yang diteliti. Sementara itu alat pengumpulan data merupakan metode dimana menggunakan sumber data untuk mendefinisikan dan mengetahui variabel-variabel yang diteliti. penelitian ini ada teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 139). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang mengetahui kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data dari pengguna jasa yang berada saat pada PT POS Indonesia di Batam yang disebarkan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Data sekunder sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2010: 193).

Data Sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada jurnal dan buku-buku per-

pustaka atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan, yang berkaitan dengan kegiatan pembelanjaan selama 3 periode yaitu dari tahun 2016-2018.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012: 93). Dalam menjawab skala likert ini, responden hanya memberi tanda, misalnya checklist atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penyekoran.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dan sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata penelitian antara lain:

Tabel 3.4 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

No	Skala Likert	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2015:94)

Dalam penelitian ini pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan nilai 1 sampai 5 untuk mewakili pendapat responden. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk memperoleh data dan fakta secara teoritis terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS Indonesia di Batam.

3.5. Metode analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk menggunakan analisis regresi linier berganda dari variabel independen terhadap variabel dependen, yang digunakan sebagai petunjuk seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur untuk mengetahui pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan yang diteliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik inferensial, dimana program yang digunakan untuk mengolah data adalah SPSS.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014: 203). Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau mendeskripsikan dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur serta variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Menurut (A. E. Wibowo, 2012: 24) tentukan kriteria analisis deskriptif, khususnya dengan menentukan skala menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{390(5-1)}{5} = 312$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan :

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternative jawaban tiap item

Berdasarkan rumus di atas, rentang skala penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

a. Skor terendah = Bobot terendah x jumlah sampel = 1 x 390 = 390

b. Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel = 5 x 390 = 1,950

lalu barulah dapat kita cari untuk mencari rentang skalanya dengan cara sebagai berikut:

$$= \frac{390(5-1)}{5}$$

$$RS = 312$$

Oleh karena itu, skala untuk setiap kriteria adalah 312. Untuk detail lebih lanjut, lihat tabel berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skor/Skala kategori	Kriteria
390-702	Sangat tidak baik/Sangat rendah
703-1015	Tidak baik/Rendah
1016-1328	Cukup/Sedang
1329-1641	Baik/Tinggi
1642-1954	Sangat baik/Sangat tinggi

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian (Sugiyono, 2010: 267). Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan, apabila koefisien korelasinya lebih besar atau sama dengan 0.30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2013:173).

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi item total dengan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.3 Kolerasi product moment
Sumber: (Sugiyono, 2013:173)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien antara variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel yang diteliti

X = Skor total X

Y = Skor total Y

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama (Sugiyono, 2010: 354). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat peneliandal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0.60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan peneliandal (reliabel) (Sugiyono, 2012: 177).

Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) menurut (Sugiyono, 2012: 177) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = a = R = \frac{N}{N - 1} \left(\frac{S^2(1 - \sum S_i^2)}{S^2} \right)$$

Rumus 3.4 Alpha Cronbach

Sumber: (Sugiyono, 2012:177)

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

s^2 = Varians skor keseluruhan

s_i^2 = Varians masing-masing item

3.5.3. Uji Asumsi Klasik Regresi

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk memeriksa apakah variabel independen memiliki distribusi reguler dalam model regresi. Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah variabel dependen, independen atau keduanya, adalah distribusi normal atau abnormal (Wibowo, 2012:61). Data yang terdistribusi normal akan membentuk kurva yang, jika dijelaskan/digambarkan akan menjadi kurva berbentuk lonceng (*bell shaped curve*). Data dikatakan abnormal jika memiliki nilai data ekstrem atau biasanya jumlah datanya terlalu kecil. Uji ini dapat dilihat pada diagram *P-Plot Regression Standarize* tempat terjadinya titik-titik di sekitar garis. Tetapi untuk menjadi lebih yakin bahwa data sebenarnya memiliki distribusi normal diuji menggunakan uji *Kolmogorov-*

Smirnov. Asalkan kurva nilai residu standar memiliki distribusi data reguler jika(Wibowo, 2012:72) :

1. Nilai Kolmogorv-Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$;
2. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

3.5.3.2.Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 100). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah penelitiaangka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.3.Uji Multikolineritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi penelitiaantar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2013: 91). Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas / variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel bebasnya sama dengan nol (Ghozali, 2013: 91).

1. Jika penelitian variabel bebas pada korelasi diatas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
2. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritasnya masih dapat di toleransi.
3. Nilai *Eigen Value* berjumlah satu atau lebih, jika variabel bebas mendekati menunjukkan adanya multikolinieritas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2014: 277). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Menurut (Sugiyono, 2014: 277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Sumber: (Sugiyono, 2014:277)

Rumus 3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

- X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Standar Operasional Prosedur
 ε = Error, variabel gangguan

3.5.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam kombinasi untuk menentukan jumlah atau persentase kontribusi dari pengaruh variabel independen dalam model regresi yang secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Wibowo, 2012:135). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai mendekati satu berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi varian dalam variabel dependen.

$$R^2 = \frac{(ryx^1)^2 + (ryx^2)^2 - 2(ryx^1)(ryx^2)(rx^1x^2)}{1 - (rx^1x^2)^2}$$

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Keterangan :

- R^2 = Koefisien Determinasi
 ryx^1 = Korelasi variabel x^1 dengan y
 ryx^2 = Korelasi variabel x^2 dengan y
 rx^1x^2 = Korelasi variabel x^1 dengan variabel x^2

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik uji t dengan baik kritis menurut tabel. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2011: 194) uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$. Maka cara yang dilakukan adalah (Sugiyono, 2011: 194):

1. Bila (P-Value) $< 0,05$ artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
2. Bila (P-Value) $> 0,05$ artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.5.5.2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2011: 192). Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$. Maka cara yang dilakukan adalah (Sugiyono, 2011: 192):

1. Bila (P-Value) < 0,05 artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.
2. Bila (P-Value) > 0,05 artinya variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek adalah di Jl.Jend Sudirman POS Batam Center.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama sejak bulan September 2019 sampai bulan Februari 2020.

Tabel 3.6 Waktu Penelitian

Keterangan	September 2019				Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Febuari 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■																					
Bab I				■	■	■	■																	
Bab II					■	■																		
Bab III							■	■																
Kuesioner									■	■	■	■	■	■	■									
Mengolah Data													■	■	■	■	■	■	■					
Bab IV													■	■	■	■	■	■	■					
Bab V																	■	■						
Daftar Pustaka																					■	■		
Abstak																					■	■		
Penyerahan Hasil Penelitian																					■	■		

Sumber: Peneliti (2019)