

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA
POS KILAT KHUSUS PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Vicky Efendi

150410026

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA
POS KILAT KHUSUS PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Vicky Efendi

150410026

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian sayasendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

Vicky Efendi

150410026

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA POS
KILAT KHUSUS PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Vicky Efendi
150410026**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 31 Juli 2019

**Zefri Azharman, S.Pd., M.SI.
Pembimbing**

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia (persero) Batam merupakan salah satu sarana layanan jasa di kota Batam yang menyediakan layanan logistik dan jasa keuangan. Pada PT. Pos Indonesia (persero) Batam ditemukan beberapa keadaan yang akan mengakibatkan penilaian negatif dari para pelanggan, seperti kondisi sering keterlambatan barang yang terkadang selalu tidak sesuai dengan estimasi kerja yang tertera, ruang tunggu loket pos masih panas, masih ada karyawan tidak menggunakan baju seragam, brosur masih edisi lama, lamanya melayani pelanggan i pelanggan mau memakan waktu 5 sampai 10 menit kerja, pegawai pos berbicara dengan kata yang hemat, dan mengklaim uang ganti rugi akibat barang hilang atau rusak lama dan rumit. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan analisa kualitas pelayanan dan menentukan atribut pelayanan yang dianggap penting oleh para pelanggan untuk segera dilakukan perbaikan. Metode analisa yang digunakan adalah metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan metode IPA (*importance Performance Analysis*) dengan cara pengutipan kuesioner berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurances* (jaminan) dan *Emphaty* (Empati) secara langsung dari responden yang mengirim paket langsung di Pos tersebut. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pos tersebut masih belum memuaskan. Dari hasil analisis dengan menggunakan metode IPA (*importance Performance Analysis*) diketahui bahwa terdapat 8 atribut pelayanan yang harus menjadi prioritas utama dan sesegera mungkin dilakukan perbaikan untuk , yaitu menambahkan pendingin ruangan seperti ac, penampilan karyawan, tersedia brosur terbaru, melayani satu orang pelanggan dengan cepat, menambah jam kerja pada bagian gudang dan kurir supaya tidak terjadi keterlambatan barang pada penerima, berbicara dengan jelas dan murah senyum, menggantikan uang kerusakan atau hilang cepat, dan menjaga identitas pelanggan.

Kata kunci : Pos Indonesia, *Service Quality* (SERVQUAL), *importance Performance Analysis* (IPA)

ABSTRACT

PT. Pos Indonesia (Persero) Batam is one of the service facilities in Batam City that provides logistics services and financial services. At PT. Pos Indonesia (Persero) Batam found a number of conditions that would result in negative ratings from customers, such as the condition of frequent delays in goods which are sometimes not in accordance with the estimated work, the waiting room of the post office is still hot, there are still employees not wearing uniforms, brochures still an old edition, the length of service for customers i customers want to take 5 to 10 minutes of work, postal employees speak in a frugal word, and claim compensation for goods lost or damaged and old and complicated. Therefore, researchers want to analyze service quality and determine service attributes that are considered important by customers for immediate repairs. The analytical method used is SERVQUAL (Service Quality) and IPA method (importance Performance Analysis) by quoting questionnaires based on 5 dimensions SERVQUAL (Service Quality) namely Tangible (physical evidence), Reliability (Reliability), Responsiveness, Assurances (collateral) and Emphaty (Empathy) directly from the respondent who sent the package directly to the Post. From the results of the analysis conducted by researchers using the SERVQUAL (Service Quality) method, it is known that the services provided by the Post are still not satisfactory. From the results of the analysis using the IPA method (importance Performance Analysis) it is known that there are 8 service attributes that must be the top priority and as soon as possible to improve, namely adding air conditioners such as air conditioning, employee appearance, latest brochures available, serving one customer quickly , increase working hours in the warehouse and courier so there is no delay in the goods at the recipient, speak clearly and cheaply smile, replace the money damage or lose quickly, and maintain the customer's identity.

Keywords: Pos Indonesia, Service Quality (SERVQUAL), importance Performance Analysis (IPA)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur tidak henti-hentinya kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan anugerah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program Studi Teknik Industri 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. Bapak Amrizal, S. Kom., M.SI selaku Dekan Fakultas Teknik dan Komputer Universitas Putera Batam.
3. Bapak Welly Sugiarto, S.T., M.M. selaku ketua Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
4. Bapak Zefri Azharman, S.Pd., M.SI selaku pembimbing Skripsi pada program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam. Yang telah membantu serta membimbing penulis memberikan sumbangan berupa pikiran, pengarahan, motivasi, dan saran dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Yan Mahesa Damanik, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing akademik

6. Almarhum Bapak Rony Prasetyo selaku mantan pembimbing akademik.
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
8. Istri tercinta yang selalu menemani, mendoakan, memberi semangat dan memberi dukungan penuh setiap saat.
9. Ibu, bapak dan saudaraku tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis.
10. Rekan kerja di PT. Pos Indonesia.
11. Para sahabat penulis yang telah memberikan dukungan moral kepada penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah subhanallah wata'ala membalas kebaikan dan selalu diberikan kesehatan jasmani maupun rohani bagi semuanya, Amin.

Batam, 31 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.6.1. Manfaat Teoritis	5
1.6.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Profil Pos Indonesia	6
2.1.1. Sejarah singkat Pos Indonesia	6
2.1.2. Visi, Misi, Tujuan kantor Pos Indonesia (persero)	8
2.1.3. Jasa dan Kualitas jasa	9
2.1.3.1. Karakteristik Jasa.....	9
2.1.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.1.4. Faktor-faktor Peningkatan Kualitas	12
2.1.5. <i>Service Quality (Servqual)</i>	13
2.1.6. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	17
2.1.7. Uji T.....	19
2.1.8. Uji Validitas	20
2.1.9. Uji Reliabilitas.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu	21
1.2 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Sumber Data.....	33
3.4.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.4 Analisis Diskriptif.....	34
3.5 Metode Analisa Data	40

3.5.1	Uji Validitas Data	40
3.5.2	Uji Reliabilitas Data	41
3.5.3	Analisis <i>Servqual</i>	42
3.5.4	Analisis IPA	43
3.6	Alat Bantu Penelitian	44
3.7	Waktu Penelitian	45
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN		
4.1.	Profil PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.....	46
4.2.	Profil Responden	50
4.2.1.	Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.2.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.3.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
4.3.	Hasil Penelitian.....	55
4.3.1.	Hasil Uji Validitas	55
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data	58
4.3.3.	Hasil Analisis <i>Servqual</i> (<i>Service Quality</i>).....	60
4.3.4.	Hasil Analisis IPA (<i>Importance Performance Analisis</i>).....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	75
5.2.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN 1		84
LAMPIRAN 2		91
SURAT IZIN PENELITIAN		91
LAMPIRAN 3		93
HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS.....		93
LAMPIRAN 4		107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual <i>Servqual</i>	16
Gambar 2.2 Matriks IPA.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Foto Tampilan Depan PT. Pos Indonesia (Persero) Batam	47
Gambar 4.2 Foto Tampilan Depan PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.....	48
Gambar 4.3 Foto Tampilan Dalam PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.....	49
Gambar 4.4 Peta Lokasi PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.....	50
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Gambar 4.8 Diagram Kartesius Analisis IPA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 1.4.1 Hasil Statistik.....	51
Tabel 1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	54
Tabel 1.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat Pendidikan.....	55
Tabel 1.4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Persepsi.....	58
Tabel 1.4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Ekspektasi.....	59
Tabel 1.4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Persepsi.....	61
Tabel 1.4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Ekspektasi.....	61
Tabel 1.4.9 Skor Total dan Rata-rata Per Atribut Kuesioner Persepsi.....	63
Tabel 1.4.10 Skor Total dan Rata-rata Per atribut Kuesioner Ekspektasi.....	64
Tabel 1.4.11 Skor Total dan Rata-rata Per atribut Kuesioner Persepsi.....	65
Tabel 1.4.12 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Per Dimensi.....	66
Tabel 1.4.13 Perhitungan Posisi Kuadran Per Atribut.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis mengikuti berkembangnya kebutuhan pelanggan akan pelayanan yang diterimanya, dan dikatakan berkualitas apabila memenuhi atau melebihi dari kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan yang telah disediakan (Susilowati, 2014). Kualitas merupakan hal yang sangat penting tak terkecuali dalam hal pelayanan. Jika baik kualitas pelayanannya maka perusahaan akan siap menghadapi persaingan pasar dalam negeri maupun dari luar negeri, akan tetapi jika kurang memuaskan pelayanannya maka bersiaplah untuk menghadapi kemunduran (Veron Farminta1, 2015).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Implikasinya, baik buruk kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Affandi, Zaki, & Azmeri, 2017). PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu badan usaha Milik Negara (BUMN) yang mempunyai tugas untuk

melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah dalam bidang ekonomi juga pembangunan, pada umumnya memberikan pelayanan jasa perposan bagi seluruh masyarakat di Indonesia maupun diluar wilayah Indonesia khususnya di Batam.

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 dan memberikan solusi layanan logistik *e-commerce* yang kompetitif.

PT. Pos Indonesia Batam dipilih sebagai objek penelitian tugas akhir penulis dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Batam dirasa kurang optimal. Berdasarkan observasi, kepuasan pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Wawancara dengan Bapak sumanto selaku irregularitas dan kiriman yang dilarang serta regulasi bea cukai (perpajakan) kantor pos Batam, beliau mengatakan bahwa PT. Pos Indonesia memiliki 5 layanan paket pos yaitu paket pos jumbo, paket pos biasa, paket pos kilat khusus, paket *express*, EMS luar negeri. Permasalahan yang sering muncul dalam bidang pengiriman paket yaitu pelaksanaan pengiriman yang berakhir keterlambatan. Paket pos kilat khusus yang memberikan layanan

prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia dalam estimasi 2 sampai 4 hari penyerahan kiriman. Pada pelaksanaannya terkadang terjadi hambatan yang berakhir pada keterlambatan yang mana mencapai 7 hari sampai 10 hari. Permasalahan juga sering terjadi pada proses pemeriksaan oleh bea cukai karna keterangan isi kiriman yang tidak sesuai dengan isi kiriman ataupun karena wilayah yang dituju sukar untuk ditempuh yang pada akhirnya menjadi permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT. Pos Indonesia itu sendiri.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai peningkatan pelaksanaan pelayanan yang telah diberikan perusahaan kepada pelanggannya dengan judul “ Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pos kilat Khusus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut hasil identifikasi masalah dari penelitian ini:

1. Masih kurangnya pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Batam baik dari faktor pemberian pelayanan maupun fasilitas yang dimiliki.
2. Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) Batam dalam jasa pengiriman barang/paket karena masih sering dijumpai keluhan dari masyarakat tentang keterlambatan barang yang mereka terima.

1.3. Batasan Masalah

Berikut batasan masalah dari penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya membahas tentang jenis layanan Pos kilat khusus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang faktor-faktor keterlambatan paket Pos kilat khusus pada PT. Pos Indonesia Batam.
3. Waktu penelitian ini dilaksanakan hanya pada maret 2019 sampai juni 2019.
4. Penelitian ini menggunakan metode Servqual dan Importance Performance Analisis (IPA).

1.4. Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas pelaksanaan pelayanan dalam pemberian jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (persero) Batam?
2. Bagaimana Analisis tingkat kepentingan pelayanan dalam pemberian jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam dengan metode IPA?

1.5. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui kualitas pelaksanaan pelayanan dalam pemberian jasa paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.

2. Menganalisis Persepsi dan tingkat kepentingan pelayanan dalam memberikan jasa paketpos PT. Pos Indonesia dengan menggunakan metode ipa.

1.6. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat dari penelitian ini:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Bahan informasi bagi penulis untuk memperdalam pengetahuan khususnya dalam bidang pelayanan jasa pengiriman paketpos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.
2. Sebagai bahan informasi bagi peneliti dan pihak lain yang ingin melanjutkan atau meneliti dengan permasalahan yang sama.

1.6.2. Manfaat Praktis

Menjadi bahan masukan bagi pihak PT. Pos Indonesia (Persero) Batam terutama dalam memberikan pelayanan khususnya pada pelayanan jasa pengiriman paketpos sebagai upaya peningkatan kualitas produksi dan estimasi yang tepat waktu, agar tetap baik pada pandangan setiap pelanggannya serta dapat bersaing dengan perusahaan swasta dalam negeri maupun luar negeri lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Profil Pos Indonesia

2.1.1. Sejarah singkat Pos Indonesia

Pos Indonesia memiliki Sejarah perjalanan yang sangat panjang. Munculnya sistem pos modern ke wilayah Indonesia diperkenalkan oleh VOC (*Vereenigde Oost Indische Compagnie*) yang mulai menguasai di Nusantara. 1 Peredaran surat dan paket yang dibawa oleh pelancong masa itu hanya ditaruhkan di tempat penginapan kota sehingga setiap orang harus mengecek sendiri surat ataupun paket yang ditujukan kepada mereka. Pos terus dikembangkan pada masa pemerintahan Daendels, karena sarana dan prasarana transportasi diperbaiki, seperti memperluas dan memperpanjang jalan-jalan di sepanjang pantai utara dari Anyer sampai ke Panarukan. Lahirnya Undang-Undang No. 19 Peraturan Pemerintah tahun 1960 tentang penampungan perusahaan masa Jawatan yang dirubah menjadi Perusahaan Negara (PN). Berdasarkan Undang-Undang tersebut pula, semua perusahaan yang modal keseluruhannya merupakan kekayaan Negara, baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan Negara maupun karena Nasionalisme berubah menjadi Perusahaan Negara (PN). Pada tahun 1961, tepatnya pada tanggal 21 Desember 1961 berdasarkan PP No. 240 Tahun 1961, pemerintah mengubah Jawatan PTT (Pos Telegram dan Telepon) menjadi PN Postel (Pos dan Telekomunikasi). Perubahan ini sekaligus menjadikan Postel menjadi

Perusahaan Negara terhitung sejak diterbitkan Peraturan Pemerintah tersebut dan mulai diberlakukan pada tanggal 21 Desember 1962. PN Postel dipisahkan menjadi dua perusahaan yaitu PN Pos dan Giro berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1965, dan PN Telekomunikasi berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 1965. Pemisahan ini dilakukan untuk lebih mengoptimalkan kinerja masing-masing dalam memberikan pelayanan bagi masyarakat. diteruskan dengan pertukaran status PN Pos dan Giro menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro pada tahun 1978. Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum, akhirnya pada bulan Juni tahun 1995 Perum Pos dan Giro berubah statusnya menjadi PT Pos Indonesia (Persero).”(Yogyantara Wisnu Aji, 2017).

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman barang. PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu Badan usaha milik negara (BUMN) yang mempunyai tugas untuk melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah dalam bidang ekonomi juga pembangunan, pada umumnya memberikan pelayanan jasa perposan bagi seluruh masyarakat di Indonesia maupun diluar wilayah Indonesia khususnya di Batam. PT. Pos Indonesia (Persero) juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam pengiriman barang ataupun surat menyurat melalui jasa pengiriman yang telah disediakan. Sebagai *delivery* atau penyedia jasa pengantar barang ataupun surat yang akan dikirim pelanggan untuk dikirim ke tujuannya melalui kantor pos.

2.1.2. Visi, Misi, Tujuan kantor Pos Indonesia (persero)

Visi kantor Pos Indonesia (Persero) adalah “Menjadi pilihan utama layanan logistik dan jasa keuangan.

Misi Kantor Pos Indonesia (Persero) adalah:

1. Memberikan solusi layanan logistik *e-commerce* yang kompetitif.
2. Menjalankan fungsi *designated operator* secara profesional dan kompetitif.
3. Memberikan solusi jasa layanan keuangan terintegrasi yang kompetitif dalam rangka mendukung *financial inclusion* berbasis digital.
4. Memberikan solusi layanan dokumentasi dan otentikasi digital yang kompetitif.

Tujuan PT. Pos Indonesia adalah memastikan pengontrolan dapat dilakukan baik oleh pihak konsumen itu sendiri, pengontrolan ini memerlukan biaya investasi yang cukup besar dalam usaha memodernisasi dan tidak tergantung pada “*Human Resources*” yang terlalu besar. Namun Turnover yang akan diterima dipastikan akan lebih besar karena tujuan utama dari sistem ini untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dan pada akhirnya untuk membuat masyarakat Indonesia loyal menggunakan PT. Pos Indonesia.

2.1.3. Jasa dan Kualitas jasa

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada pihak lain yang pada awalnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produksi secara fisik ataupun non fisik. Dapat disimpulkan bahwa jasa pada awalnya merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak berwujudan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak-pihak lainnya dan memberikan berbagai manfaat bagi pihak terkait tersebut (Vol, 2014). Dapat dipahami bahwa, jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, akan tetapi jasa itu langsung dikonsumsi pada saat diberikan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan bila permintaan menurun maka masalah yang sulit akan segera muncul. Sedangkan pelayanan jasa cenderung dibedakan berdasarkan orang dan peralatan. Hasil jasa orang kurang memiliki standarisasi dibandingkan dengan hasil jasa yang menggunakan peralatan (Wahyuningsih, 2013).

2.1.3.1. Karakteristik Jasa

Berdasarkan penelitian (Prakoso & Nurhadi, 2017) beberapa karakteristik yang membedakan pemasaran barang dengan pemasaran jasa, adalah sebagai berikut :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud), jasa berbeda dengan barang lain. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau usaha yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.
- b. *Inseparability* (tidak terpisahkan), barangnya biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
- c. *Variability/Heterogeneity/Inconsistency* (Keanekaragaman), jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variabel yang dibentuk, kualitas dan jenis tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.
- d. *Perishability* (Tidak Tahan Lama), ini berarti jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja ketika tidak dapat disimpan.

2.1.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Penelitian(Prakoso & Nurhadi, 2017). 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. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus

dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup dan maju.

2.1.4. Faktor-faktor Peningkatan Kualitas

Kualitas merupakan hal yang sangat penting. Semakin baik kualitas produk/jasa dari perusahaan maka perusahaan akan lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat. Setiap dekade selalu menunjukkan persaingan dalam bidang teknologi, inovasi dan pelayanan sehingga memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan maju. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah *Total Quality Service* (Veron Farminta1, 2015). Berdasarkan penelitian (Ardane, Sofia Wijaya, & Leli Kusuma Dewi, 2017), Faktor yang dapat mempengaruhi hal-hal peningkatan kualitas tersebut yaitu Faktor Kelengkapan Fasilitas dan kemudahan mendapatkan pelayanan berupa pengiriman barang ataupun pembayaran listrik, atb, pajak dan lain lain, Faktor Kenyamanan dari segi ruangan yang bersih, pengamanan cctv yang mengontrol semua sisi ruangan, etika kerja dengan bekerja profesional dan sadar biaya untuk menghasilkan kinerja yang optimal, jujur, sopan, tertib, saling menghargai, saling membantu, mengkomunikasikan setiap ide baru dan saling mentransfer pengetahuan dan kemampuan. Kualitas merupakan hal yang sangat penting. Semakin baik kualitas produk/jasa dari

perusahaan maka perusahaan akan lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat. Setiap dekade selalu menunjukkan persaingan dalam bidang teknologi, inovasi dan pelayanan sehingga memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan maju. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah *Total Quality Service* (Veron Farminta1, 2015).

2.1.5. *Service Quality (Servqual)*

Berdasarkan penelitian (Noer, 2016) Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada para pelanggan, merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan tingkat kesuksesan dalam mempertahankan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Suatu layanan dapat dikatakan memuaskan apabila sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Metode Servqual dapat digunakan sebagai alat ukur suatu kualitas layanan. Nilai servqual dapat diperoleh melalui selisih antara nilai persepsi pelanggan dengan nilai dari harapan pelanggan. Nilai ini berfungsi untuk menunjukkan kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan.

Metode Servqual bisa digunakan sebagai alat ukur suatu kualitas layanan. Nilai servqual dapat diperoleh melalui selisih antara nilai persepsi pelanggan dengan nilai dari harapan pelanggan. Nilai ini berfungsi untuk menunjukkan kesenjangan antara persepsi dengan

harapan pelanggan. Kualitas suatu produk baik barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Kelima dimensi pokok suatu kualitas jasa model service quality, yaitu:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*) daya tanggap adalah kemampuan dan kesediaan para karyawan dalam membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan, memberikan jasa secara cepat dan Profesional.
2. Berwujud (*Tangible*) Berwujud adalah ketersediaan fasilitas fisik, sumber daya manusia, peralatan, bahan-bahan materi untuk komunikasi yang merupakan bukti nyata dari pelayanan.
3. Keandalan (*Reliability*) keandalan adalah kemampuan sebuah perusahaan alam memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati sebelumnya
4. Perhatian (*Emphaty*) Perhatian adalah kemampuan dan sifat untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, komunikasi yang baik, kemudahan dalam melakukan kontak, dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
5. Jaminan kepastian (*Assurance*) Jaminan kepastian adalah jaminan yang diberikan sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian mencakup, kesopanan, pengetahuan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan atau staf.

Konsep *servqual* terdapat pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat manajemen perusahaan gunakan agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikannya. Sebagai pengguna jasa, harapan pelanggan memainkan peranan yang penting sebagai standar dalam mengevaluasi kualitas layanan maupun kepuasan pelanggan. Konsep *servqual* digunakan untuk menghitung *gap* antara persepsi atau yang dirasakan pelanggan terhadap jasa yang dikurangi dengan nilai ekspektasi atau harapan pelanggan (Wijaya, 2018:62). Berikut adalah persamaannya:

$$Q = P (\textit{Perceived Service}) - E (\textit{Expected Service}) \dots\dots\dots(\text{Rumus 2.1})$$

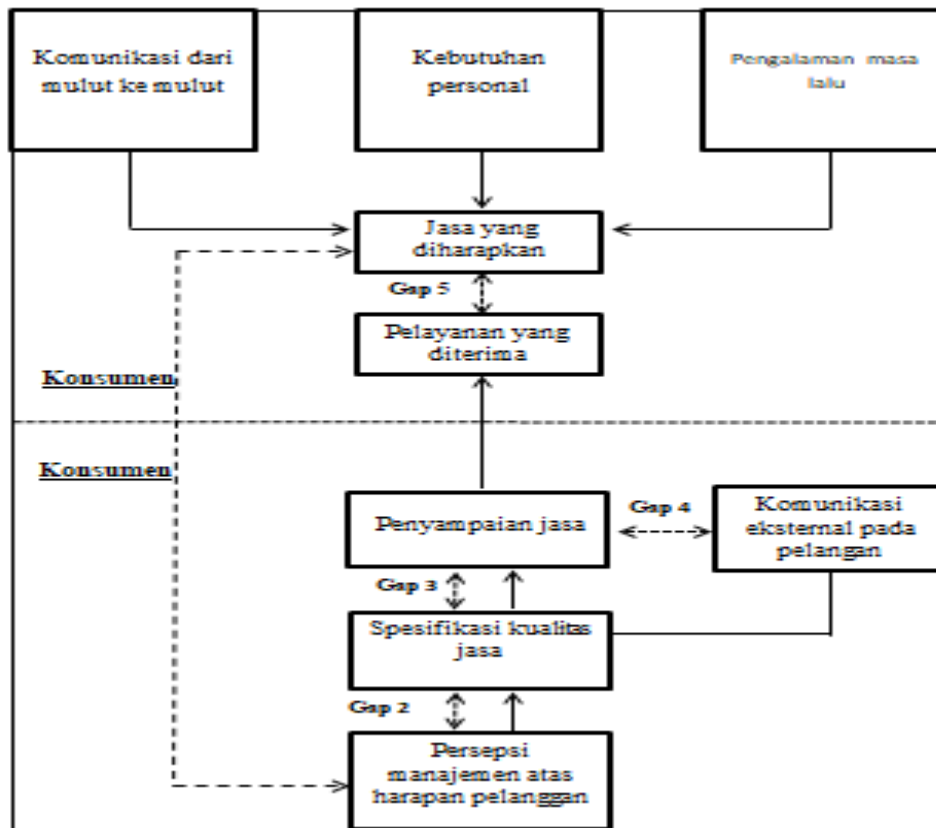
Keterangan:

Q = Kualitas layanan

P = *Perceived service* atau persepsi pelanggan atau layanan yang diterima/dirasakan pelanggan

E = *Expected service* atau harapan pelanggan terhadap layanan.

Secara konseptual kualitas layanan dapat digambarkan sebagai berikut (Wijaya, 2018:64):



Gambar 2.1. Model Konseptual *Servqual*

Dalam model servqual terdapat 5 faktor- faktor kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa (Wijaya, 2018:62), yaitu:

- Gap 1 (kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa). Manajemen mungkin dapat merasakan keinginan pelanggan dengan tepat, tetapi tidak menetapkan standar kinerja yang spesifik.
- Gap 2 (kesenjangan antara pengharapan konsumen dengan persepsi manajemen). Manajemen tidak selalu merasakan dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan.
- Gap 3 (kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal). Pengharapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perwakilan dan iklan perusahaan.

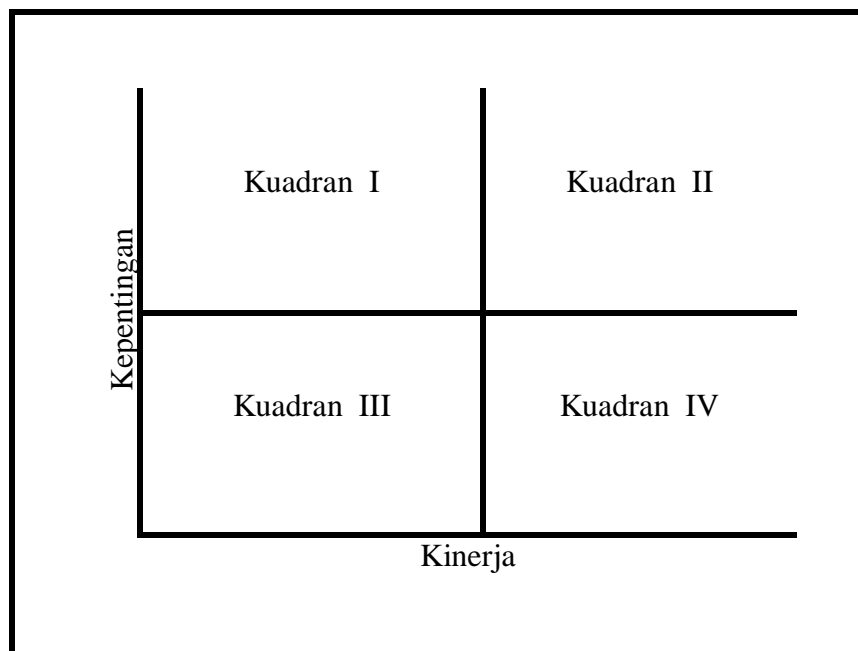
- d. Gap 4 (kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa). Karyawan mungkin tidak dilatih dengan baik atau mengemban terlalu banyak pekerjaan dan tidak mampu atau tidak mau memenuhi standar. Atau, karyawan dihadapkan pada standar yang bertentangan.
- e. Gap 5 (kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan). Kesenjangan ini terjadi saat konsumen mengukur kinerja perusahaan dalam cara yang berbeda dan salah menilai (*misperceive*) kualitas jasa.

2.1.6. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Wijaya (2011) dalam (Noer, 2016), Importance Performance Analysis (IPA) yaitu prosedur yang berhubungan menunjukkan kepentingan berbagai kelengkapan terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya. Metode IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi performance (kinerja) dengan importance (kepentingan) ke dalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalamnya. Nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal dan nilai kinerja sebagai sumbu horizontal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kinerja sebagai pusat pemotongan garis.

Analisis ini diperkenalkan oleh Martilla dan James (Setyaningsih, 2013:139) yang digunakan dalam pemasaran untuk mengidentifikasi laju produk tertentu atau atribut pelayanan, berdasar pada tingkat kepentingan

dan dampaknya bagi performa perusahaan secara keseluruhan. Dengan menggunakan matriks ini, manajemen dapat memiliki gambaran ke dalam terhadap atribut-atribut yang dikehendaki untuk segera dilakukan perbaikan, dan dapat dibandingkan dengan atribut-atribut yang boros dalam penggunaan sumber daya. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya (Setyaningsih, 2013). Berikut bentuk diagram klasifikasi kepentingan yang biasa disebut sebagai matriks IPA, yaitu:



Gambar 2.2. Matriks IPA

Menurut (Noer, 2016) keempat kuadran dalam matriks IPA mengandung pengertian sebagai berikut:

- a. Kuadran I, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih memiliki kinerja yang rendah.
- b. Kuadran II, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan sudah menunjukkan kinerja yang tinggi.
- c. Kuadran III, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, serta menunjukkan kinerja yang rendah.
- d. Kuadran IV, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun menunjukkan kinerja yang tinggi.

2.1.7. Uji T

Uji t untuk sampel independen merupakan prosedur uji t untuk sampel bebas dengan membandingkan rata-rata dua kelompok kasus. Kasus yang diuji bersifat acak. Pengujian hipotesis dengan distribusi t adalah pengujian hipotesis yang menggunakan distribusi t sebagai uji statistik. Tabel pengujian disebut tabel t-student.

Kriteria data untuk uji t sampel independen :

- Data untuk dua sampel bersifat independen

- Sampel acak dari distribusi normal

Fungsi pengujian uji t :

- Untuk memperkirakan interval rata-rata.
- Untuk menguji hipotesis tentang rata-rata suatu sampel.
- Untuk mengetahui batas penerimaan suatu hipotesis.
- Untuk menguji layak tidaknya sebuah pernyataan dapat dipercaya atau tidak.

2.1.8. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013) dalam (Darwati *et al.*, 2015:306). Korelasi *rank spearman* digunakan jika data yang diperoleh data ordinal, sedangkan korelasi *product moment* digunakan jika data yang diperoleh adalah data interval (Suliyanto, 2005) dalam (Rosyidah *et al.*, 2015:886).

Uji validitas dilakukan dengan membuat korelasi skor butir pertanyaan dengan skor total. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis jawaban kuisisioner. Untuk menguji validitas setiap jawaban kuisisioner, maka skor-skor yang ada pada butir pertanyaan yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total jawaban (Arikunto, 2006) dalam (Prameswara *et al.*, 2014:626). Apabila koefisien korelasi antara skor suatu indikator

dengan skor total seluruh indikator sama atau lebih besar dari 0,3 ($r \geq 0,3$), maka instrumen tersebut dianggap valid (Solimun, 2000) dalam (Octavia, 2009:4).

2.1.9. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner telah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda (Harianja *et al.*, 2015:779). Pertanyaan yang reliabel sebaiknya memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6 (Ghozali, 2006) dalam (Prameswara *et al.*, 2014:627)

2.2. Penelitian Terdahulu

Ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu :

1. (Zebua *et al.*, 2010: 61-68), melakukan penelitian tentang Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BTPN Tbk Cabang Jambi. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas jasa perbankan yang dikenal dengan *Banking Service Quality* (BSQ), yaitu: 1)Keterwujudan, 2)Portofolio Jasa, 3)Keefektifan dan Jaminan, 4)Kehandalan, 5)Akses, dan 6)Harga. Berdasarkan pengaruh dimensi kualitas jasa perbankan pada Bank BTPN cabang Jambi yang diteliti, terlihat bahwa variabel Harga memiliki pengaruh

yang negatif. Sedangkan kelima variabel lainnya, yaitu Keefektifan dan Jaminan, Akses, Keterwujudan, Portopolio, dan Keandalan memiliki pengaruh yang positif.

2. (Harianja *et al.*, 2015:775-784), 1) Kualitas pelayanan Perpustakaan Universitas Diponegoro belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung yang ditunjukkan oleh beberapa variabel indikator yang masuk ke dalam kuadran A (prioritas utama) yang menjadi perhatian utama untuk diperbaiki, yaitu koleksi lengkap, kemudahan menemukan referensi, kepedulian pegawai terhadap kebutuhan pengunjung, dan keramahan dan kesopanan pelayanan. 2) Hasil perhitungan *Service Quality* antara persepsi dan harapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan Perpustakaan Universitas Diponegoro semua variabel indikator bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan Universitas Diponegoro masih berada di bawah harapan pengunjung perpustakaan. 3) Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh, dan diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 0,72 atau 72%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengunjung merasa puas berdasarkan variabel-variabel indikator pada variabel dimensi layanan Perpustakaan Universitas Diponegoro.
3. (Prameswara *et al.*, 2014:625-634), 1) Upaya peningkatan kinerja pelayanan Kantor Kecamatan Kedungbanteng yang dilakukan dengan menerapkan dimensi *Servqual* dan metode *Six Sigma* melalui penilaian

pengguna layanan di kantor tersebut. 2) Melalui dimensi *Servqual*, didapatkan nilai sigmanya untuk masing-masing dimensi. Secara berturut-turut untuk dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* adalah 3,089; 3,102; 3,054; 3,195 dan 3,219. Hal ini berarti, banyaknya ketidaksesuaian yang mungkin muncul dari satu juta jasa yang dilakukan untuk masing-masing dimensi secara berturut-turut adalah 5,61 %; 5,46%; 6,01%; 4,5 %, dan 4,28%. 3) Proses pelayanan di Kantor Kecamatan Kedungbanteng dapat dikatakan belum mencapai standar yang ditentukan dalam penelitian ini.

4. (Rosyidah *et al.*, 2015:885-894), 1) Seluruh kriteria penilaian memiliki gap negatif, yang berarti responden tidak puas atas pelayanan yang diberikan pihak sekolah. Lima indikator penilaian yang mempunyai nilai gap negatif yang paling tinggi secara berurutan adalah indikator nomor 4, 10, 19, 13, dan 16. 2) Berdasarkan diagram scatter *Importance Performance Analysis* dapat diketahui indikator-indikator yang masuk ke dalam 4 kuadran IPA yaitu sebagai berikut: a) Kuadran A : X4, b) Kuadran B : X19, X16, X7, X18, X9, X3, X6, X17, X20, X11, c) Kuadran C : X10, X13, X1, X12, X21, X14, X5, X15, X22, d) Kuadran D : X2, X8. 3) Indikator penilaian yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan pelayanannya adalah indikator yang berada di kuadran A, yaitu kebersihan lingkungan sekolah. Indikator penilaian yang menjadi prioritas selanjutnya (kuadran C) untuk ditingkatkan layanannya sesuai dengan urutan prioritas berdasarkan nilai PGCV tertinggi adalah sebagai

berikut: a)Kemudahan akses lokasi, b)Penataan desain fasilitas fisik, c)Kemampuan guru dalam proses belajar mengajar, d)Kecepatan menyelesaikan keluhan, e)Membantu dalam kondisi apapun, f)Kecepatan merespon keluhan, g)Ketepatan jam kegiatan belajar mengajar, h)Kecekatan dan pengalaman pegawai, i)Fasilitas halaman sekolah yang luas dan nyaman.

5. (Dewi, 2016:535-544), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada Rumah Sakit ehabilitasi Medik Kabupaten Aceh Timur. Populasi yang digunakan adalah pasien pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik dan sampel yang digunakan sebanyak 92 orang. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $KP = 2,479 + 0,261BF + 0,112K + 0,372DT + 0,022J + 0,122E$ dapat dinyatakan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,589 atau sebesar 58,9% variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memberikan pengaruh terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik.
6. (Sugiharto, 2015:99-110), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang Kualitas Pelayana dan Kepuasan Pelanggan listrik prabayar (LPB) pada PT. PLN (persero) S2JB Jambi. Metode analisisnya adalah analisis regresi untuk menguji kebenaran dari hipotesis. Penelitian

ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas yaitu X (Kualitas Layanan yang terdiri dari sub-variabel *Tangible* (X1), sub-variabel *Reliability* (X2), sub-variabel *Responsiveness* (X3), sub-variabel *Assurance* (X4) dan sub-variabel *Emphaty* (X5)) dan satu variabel terikat yaitu Y (Kepuasan Pelanggan). Dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Karena itu dalam penelitian ini akan diambil sampel 98 orang dan seluruhnya berdomisili di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) S2JB Jambi berada pada tingkat cukup puas dan kualitas pelayanan listrik prabayar PT. PLN (Persero) S2JB Jambi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53% dan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau kualitas layanan yang terdiri dari sub-variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Emphaty* (X5) memiliki pengaruh baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,722, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki keerataan hubungan yang kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan.

7. (Ramseook-munhurrun et al., 2010: 37-50), Industri jasa memainkan peran yang semakin penting dalam ekonomi banyak negara. Dalam lingkungan kompetitif global saat ini memberikan layanan berkualitas dianggap sebagai strategi penting untuk kesuksesan dan kelangsungan

hidup (Parasuraman et al., 1985; Reichhel dan Sasser, 1990; Zeithaml et al., 1990).

8. (Fonseca et al., 2010: 125-130), Kepuasan pelanggan dipandang sebagai jawaban untuk penyelesaian dan pemenuhan kebutuhan (Oliver, 1996); keadaan psikologis (Howard dan Sheth, 1969) dan sebagai penilaian evaluasi keseluruhan (Westbrook, 1987). Selain itu, kepuasan konsumen dipandang sebagai respon kognitif (Bolton dan Drew, 1991; Tse dan Wilton, 1988), jawaban emosional (Cadotte dan Turgeon, 1988; Halstead, Hartman dan Schmit 1994; Westbrook dan Reilly, 1983) dan sebagai hasil dari proses pengembangan (Oliver dan De Sarbo, 1988; Tse dan Wilton, 1988; Swan, 1992; Erevelles dan Leavitt, 1992).

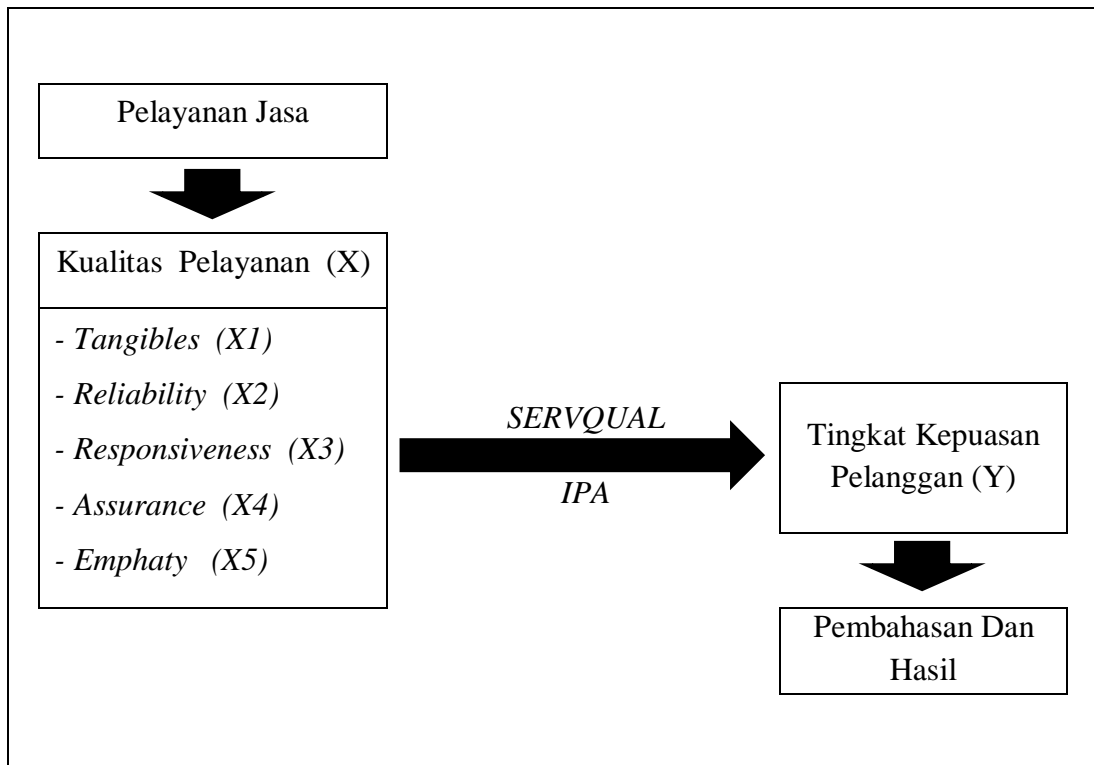
1.2 Kerangka Pemikiran

PT. Pos Indonesia (Persero) Batam merupakan perusahaan milik nasional yang bertujuan untuk melayani kebutuhan masyarakat akan kegiatan surat menyurat dan titipan paket, baik paket dalam negeri maupun paket untuk keluar negeri yang dapat dilakukan secara kilat dalam 2-4 hari saja atau yang disebut dengan layanan Pos Kilat Khusus. Pelayanan yang diberikan kepada penerima layanan diharapkan selalu mementingkan pelayanan prima sebagai wujud kesungguhan perusahaan agar pelayanan tersebut mendapat apresiasi positif dari masyarakat. Untuk mengetahui peningkatan kualitas dapat diukur dengan jalan melihat kesenjangan antara harapan dan yang dirasakan oleh para penggunanya. Harapan atau ekspektasi konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum membeli produk atau jasa dan menjadi acuan dalam menilai

pelayanan dan membuat persepsi. Ekspektasi pelanggan berperan dalam menentukan kualitas produk atau jasa karena merupakan keinginan pelanggan tentang kinerja pelayanan yang seharusnya ia terima. Maka setelah pelanggan merasakan layanan yang diterima akan muncul sebuah persepsi dimana seseorang memberikan penilaian, pengamatan, dan pertimbangan terhadap hal yang ditanggapinya. Dengan demikian persepsi akan muncul baik itu persepsi positif atau negatif setelah adanya pengamatan dari pengguna terhadap layanan yang telah diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Batam dan dengan tanggapan ini pula maka manajemen Pos Indonesia (Persero) Batam dapat mengetahui bagaimana peningkatan kualitas layanan yang telah diberikan kepada pengguna.

Dalam proses pelayanannya, Pos Kilat Khusus di PT. Pos Indonesia (Persero) Batam harus memenuhi lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan yaitu: keandalan, kerensponsifan (ketanggapan), keyakinan, empati, serta berwujud. Beberapa unsur tersebut akan dinilai oleh para PKS (pelanggan tetap) sebagai salah satu pelanggan di Pos Kilat, dilihat dari tingkat kepentingan mereka dan tingkat pelaksanaan kinerja pelayanan dari Pos Kilat Khusus. Dari hal tersebut, akan disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan berkenaan dengan pelayanan yang diberikan. Jika kualitas layanan yang dirasakan atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



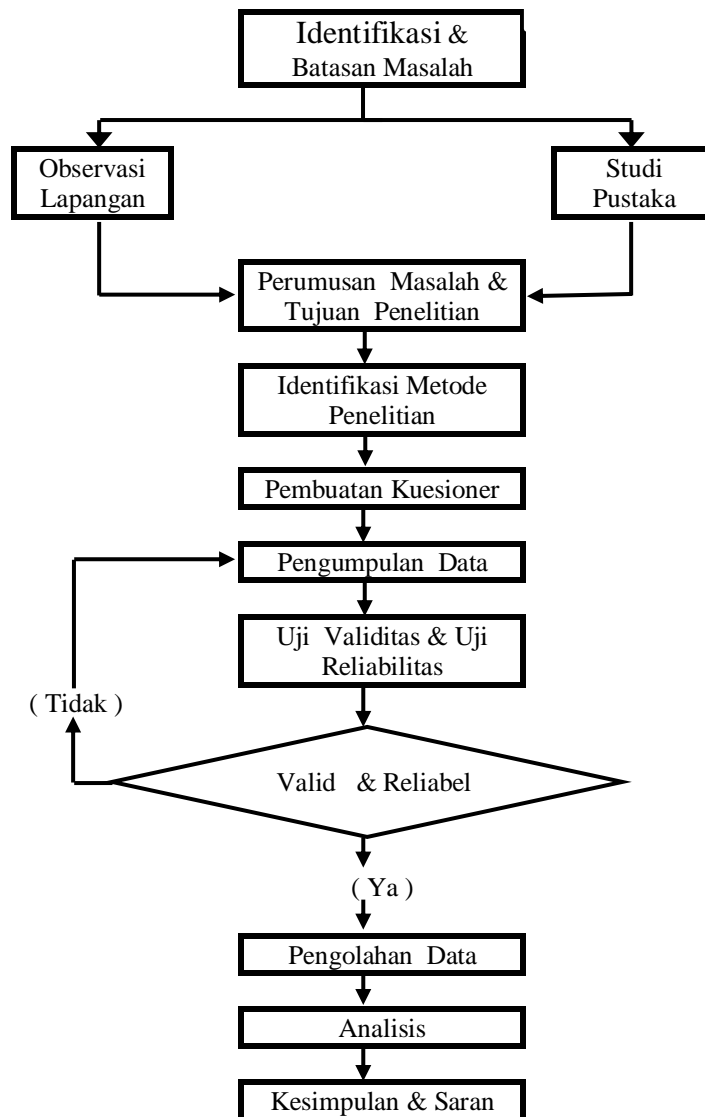
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1.
Desain Penelitian

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dari variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Importance* (Kepentingan)

Variabel ini menggambarkan harapan mahasiswa terhadap faktor faktor peningkatan kualitas layanan yang dianggap penting dan diharapkan menjadi prioritas peningkatan kualitas layanan yang harus diselenggarakan oleh program studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Komputer UPB.

2. *Performance* (Kinerja)

Variabel untuk mengukur penilaian mahasiswa terhadap kinerja Peningkatan kualitas layanan jasa yang diselenggarakan oleh program studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Komputer UPB. Konsep yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan Kinerja peningkatan kualitas layanan Jasa di program studi Teknik Industri ini dilihat dari lima dimensi kualitas layanan jasa yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* yang disebut dengan SERVQUAL. Skor yang diperoleh dari *variabel performance* dan *variabel importance* dibandingkan untuk melihat tingkat kesesuaian dari kualitas pelayanan Jasa dalam pelayanan Karyawan pos dan administrasi perusahaan. Selanjutnya nilai rata-rata *variabel performance* dan *variabel importance* dianalisis dengan menggunakan kuadran *Importance Performance Analysis*. Hasil yang diharapkan dari kuadran ini adalah dapat

memetakan menghasilkan data urutan tingkat kepentingan yang bermanfaat untuk dipakai sebagai pedoman dalam menentukan alokasi sumber daya, baik sumber daya manusia maupun keuangan, supaya dalam rencana strategisnya dapat lebih mengarah pada hal yang menjadi prioritas mahasiswa demi tujuan mencapai *continuous quality improvement*. Pengukuran tingkat kepentingan dan kinerja kualitas layanan ini dipandang diperlukan, Perbaikan kualitas ini dapat dimulai dengan memetakan tingkat kepentingan yang diinginkan oleh mahasiswa sebagai konsumen utama yang merasakan kualitas layanan, karena jika mahasiswa merasa apa yang diharapkan sudah sesuai, maka pengalaman dengan kesesuaian tersebut diharapkan dapat menjadi citra positif yang diberikan oleh para mahasiswa menjadi proses positif *word of mouth* yang berkelanjutan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pelanggan yang mengirim paket kilat khusus PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.

3.3.2. Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Sampel tanpa peluang (*Non Probability Sampling*). Penelitian ini menggunakan *Convenience Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, atau dengan kata lain penulis memilih populasi yang dirasa bersedia untuk

menjadi responden dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan *Formula Lemeshow* untuk populasi tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2} \dots\dots\dots (4-1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1.96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

sehingga jika berdasarkan rumus diatas maka n yang didapatkan adalah 96,04= 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang. Tetapi khusus pada penelitian ini penulis mengambil data wawancara dari sampel sebanyak 120 orang pada PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini terbagi dua, yaitu

1. Data Kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk bukan bilangan, atau dengan kata lain data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk

kata-kata yang mengandung makna. Data kualitatif pada penelitian ini berupa gambaran tentang PT. Pos Indonesia (Persero) Batam.

2. Data Kuantitatif yaitu data yang dapat dalam bentuk angka-angka. Pada penelitian ini berupa pengolahan data berupa angka yang diperoleh dari data primer penelitian.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terbagi 2 sumber, yaitu:

1. Data Primer, data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data dapat diperoleh dengan cara bertanya langsung, observasi, dan memberikan kuesioner pada sampel penelitian, sehingga diperoleh data yang benar.
2. Data Sekunder, data yang bersumber dari catatan yang ada dalam perusahaan dan dari sumber lainnya. Data dapat diperoleh dengan cara studi kepustakaan mempelajari buku-buku dan artikel-artikel atau jurnal yang ada hubungannya dengan penelitian.

3.4.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data primer dan data sekunder yang diperlukan pada penelitian ini, digunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi adalah kegiatan pengumpulan data lapangan dengan melihat secara langsung kegiatan operasional.

2. Metode Kuisisioner adalah dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang disertai dengan pilihan jawaban.
3. Metode pustaka adalah cara untuk memperoleh data dengan membaca buku-buku dan internet yang berhubungan dengan penelitian.

3.4.4 Analisis Diskriptif

Untuk mengukur sikap, ekspektasi, pendapat dan persepsi responden pada kuesioner digunakan *skala likert*. *Skala likert* adalah ukuran-ukuran berjenjang yang pertama kali digagas oleh ahli psikologi Amerika Serikat bernama *Rensis Likert*. Pada penelitian ini menggunakan *skala likert* dengan nilai 1-5.

Nilai keterangan

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak setuju (TS)
- 3 : Netral (N)
- 4 : Setuju (P)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

Untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan model (SERVQUAL), yang terdiri dari lima indikator.

Indikator kualitas Pelayanan (Model SERVQUAL)	Jumlah Pertanyaan
1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4
2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	4

3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4
4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	4
5. Empati (<i>Empathy</i>)	4
Total	20

Tingkat Kepentingan (*Importance*)

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
 2 : Tidak Setuju (TS)
 3 : Netral (N)
 4 : Setuju (P)
 5 : Sangat Setuju (SS)

Tabel 3.1. Tabel Variabel Kuesioner berdasarkan (Harapan)
 Terhadap kualitas pelayanan Pos Kilat Khusus

Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1. Saya berharap Ruang tunggu loket pos nyaman					
2. Saya berharap Penampilan Pegawai pos Profesional					
3. Saya berharap Tersedia kotak saran dan kritik					
4. Saya Berharap Tersedianya Brosur					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					

5. Saya berharap Pelayanan pegawai pos cepat					
6. Saya Berharap Jam pelayanan pengaduan tepat waktu					
7. Saya berharap kedatangan paket tepat waktu sesuai yang dijanjikan					
8. Saya Berharap Pengetahuan pegawai bisa diandalkan					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
9. Saya berharap pegawai pos Tanggap terhadap keluhan pelanggan					
10. Saya berharap pegawai pos siap melayani pelanggan					
11. Saya Berharap pegawai pos Menjalani komunikasi intens dengan pelanggan					
12. Saya Berharap pegawai pos Cepat merespon pelanggan					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Jaminan (<i>Assurance</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
13. Saya berharap pelanggan Merasa aman melakukan transaksi					
14. Saya berharap segala Kerusakan atau kehilangan diganti dengan					

harga sesuai harga barang					
15. Saya Berharap Kerahasiaan data pelanggan terjaga					
16. Saya Berharap Perusahaan memiliki citra yang positif					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Empati (<i>Emphaty</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
17. Saya berharap Kemudahan memperoleh informasi tentang pengiriman paket					
18. Saya berharap Pelayanan tidak membedakan status					
19. Saya Berharap pegawai bisa Memberikan perhatian secara individu					
20. Saya berharap pegawai pos peka memperhatikan saran dan kritik					

Tabel 3.2. Tabel Variabel Kuesioner Berdasarkan Persepsi (Kenyataan) terhadap kualitas pelayanan Pos Kilat Khusus

Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
21. Dalam Kenyataannya Ruang tunggu Loker Pos nyaman					
22. Dalam Kenyataannya Penampilan					

Pegawai Pos Profesional					
23. Dalam kenyataannya pos menyediakan kotak saran dan kritik					
24. Dalam kenyataannya pos menyediakan Brosur					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
25. Dalam Kenyataan Pelayanan pegawai pos cepat					
26. Dalam kenyataannya kedatangan paket tepat waktu sesuai yang dijanjikan					
27. Dalam kenyataannya Jam pelayanan pengaduan tepat waktu					
28. Dalam Kenyataannya Pengetahuan pegawai bisa diandalkan					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
29. Dalam Kenyataannya pegawai pos Tanggap terhadap keluhan pelanggan					
30. Dalam kenyataan pegawai pos siap melayani pelanggan					
31. Dalam Kenyataannya pegawai pos Menjalinkan komunikasi intens dengan pelanggan					

32. Dalam Kenyataannya pegawai pos Cepat merespon pelanggan					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Jaminan (<i>Assurance</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
33. Dalam kenyataannya pelanggan Merasa aman melakukan transaksi					
34. Dalam Kenyataannya segala Kerusakan atau kehilangan diganti dengan harga sesuai harga barang					
35. Dalam Kenyataannya PT POS menjaga kerahasiaan data pelanggan					
36. Dalam Kenyataannya Perusahaan memiliki citra yang positif					
Pertanyaan	Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan (<i>Importance</i>)				
Empati (<i>Emphaty</i>)	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
37. Dalam Kenyataannya Kemudahan memperoleh informasi tentang pengiriman paket					
38. Dalam Kenyataan Pelayanan tidak membedakan status					
39. Dalam Kenyataan pegawai bisa Memberikan perhatian secara individu					
40. Dalam Kenyataan pegawai pos peka memperhatikan saran dan kritik					

3.5 Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *servqual* (*Service Quality*) berdasarkan nilai persepsi dan ekspektasi, kemudian menggunakan metode IPA (*Importance Performances Analysis*) berdasarkan nilai kinerja dan kepentingan.

3.5.1 Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut.

Berikut ini adalah rumus korelasi *rank spearman*:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=0}^n d_i^2}{n(n^2-1)} \dots\dots\dots (\text{Rumus 3.2})$$

Berikut ini adalah rumus korelasi *product moment*:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}} \dots\dots\dots (\text{Rumus 3.3})$$

Hasilnya:

1. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.
2. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Nilai r-hitung diperoleh dari hasil pengolahan menggunakan komputer program SPSS. Sedangkan nilai r-tabel diperoleh dengan melihat tabel pembandingan dengan taraf signifikansi 5%.

3.5.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach alpha*. Suatu data dikatakan reliabel adalah variabel memiliki nilai Cronbach alpha $\geq 0,6$ dan tidak reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* $< 0,6$.

Berikut ini adalah rumus korelasi *Cronbach Alpha*:

$$(a) = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_p^2} \right\} \dots\dots\dots (\text{Rumus 3.4})$$

Keterangan:

- k = Banyaknya butir dalam skala pengukuran tiap masing-masing variabel
- s_i^2 = Varian dari butir pernyataan ke-i pada setiap variabel
- i = Variabel (1, 2, 3, 4, 5)
- s_p^2 = Varian dari skor total tiap variabel

Reliabilitas instrumen dikriteriakan menjadi:

- 1) $\alpha < 0,2$ = Instrumen tidak reliabel
- 2) $0,2 \leq \alpha < 0,4$ = Reliabilitas instrumen kecil

- 3) $0,4 \leq \alpha < 0,7$ = Instrumen cukup reliabel
 4) $0,7 \leq \alpha < 0,9$ = Instrumen reliabel
 $0,9 \leq \alpha < 1,0$ = Instrumen sangat reliabel
 6) $\alpha = 1,0$ = Reliabilitas instrumen sempurna

3.5.3 Analisis *Servqual*

Metode *servqual* digunakan sebagai alat ukur suatu kualitas layanan. Nilai *servqual* dapat diperoleh melalui selisih antara nilai persepsi pelanggan dengan nilai dari harapan pelanggan. Model *servqual* ini mendefinisikan bahwa kesenjangan atau *gap* (G) untuk faktor kualitas jasa atau pelayanan tertentu.

Perhitungan nilai persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \dots\dots\dots \text{(Rumus 3.5)}$$

Keterangan:

X_i = Nilai tingkat persepsi pelanggan

n = Jumlah responden

$\sum X_i$ = Total dari nilai persepsi

Perhitungan nilai kepentingan pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \dots\dots\dots \text{(Rumus 3.6)}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai tingkat kepentingan (harapan)

n = Jumlah responden

ΣYi = Total dari nilai kepentingan (harapan)

3.5.4 Analisis IPA

Importance Performance Analysis (IPA) adalah teknik berbiaya rendah dan mudah dipahami yang dapat menghasilkan wawasan penting tentang aspek mana dari perusahaan yang harus lebih diperhatikan. Model IPA dibagi menjadi empat kuadran, yang mana tingkat kepentingan berada pada sumbu y dan kinerja berada pada sumbu x.

Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi pelanggan dapat dilihat dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\Sigma Xi}{n} \dots\dots\dots(\text{Rumus 3.7})$$

Keterangan :

X = - Skor rata-rata setiap peubah i pada tingkat kinerja

ΣXi = Total skor setiap peubah i pada tingkat pelaksanaan kinerja

n = Total responden

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Yi}{n} \dots\dots\dots(\text{Rumus 3.8})$$

Keterangan :

Y = Skor rata-rata setiap peubah i pada tingkat kepentingan

ΣYi = Total skor setiap peubah i pada tingkat kepentingan seluruh responden

n = Total responden

Diagram kartesius (matriks IPA) merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau variabel dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{k} \dots\dots\dots (\text{Rumus 3.9})$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{k} \dots\dots\dots (\text{Rumus 3.10})$$

Keterangan : 9

X = Skor rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kinerja dari seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Y = Skor rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kepentingan dari seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

k = Banyaknya variabel atau yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.6 Alat Bantu Penelitian

Alat bantu yang digunakan oleh penulis untuk mengerjakan penelitian ini adalah :

- | | |
|---------------------|---|
| a. Kalkulator | d. Papan ukuran folio, sebagai alas menulis |
| b. Alat tulis | e. kamera |
| c. Lembar kuesioner | f. Komputer atau laptop |

3.7 Waktu Penelitian

Tabel 3.3. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret 2019				April 2019				Mei 2019				Juni 2019				Juli 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■																	
Perizinan dan Observasi			■																	
Penyusunan Bab I				■	■															
Penyusunan Bab II						■														
Penyusunan Bab III							■	■	■											
Pengumpulan Data										■	■	■								
Penyusunan Bab IV													■	■	■	■				
Penyusunan Bab V																	■	■	■	■
Penyelesaian Laporan																				■