

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BISNIS JASA LOGISTIK PADA PT POS
INDONESIA (PERSERO) DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :
Mardiansyah
140910302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BISNIS JASA LOGISTIK PADA PT POS
INDONESIA (PERSERO) DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Mardiansyah
140910302**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mardiansyah
NPM : 140910302
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Logistik Pada PT Pos Indonesia (Persero) Di Kota 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, 16 Februari 2019



Mardiansyah
140910302

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BISNIS JASA LOGISTIK PADA PT POS
INDONESIA (PERSERO) DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :
Mardiansyah
140910302**

**Telah di setujui pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini:**

Batam, 16 Februari 2019



**Hikmah S.E.,M.SI
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi dunia seperti saat ini pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu globalisasi, kelompok ekonomi dan pasar, teknologi, pergeseran peran, dan deregulasi. Kondisi tersebut telah membawa dampak terhadap peningkatan lalu lintas barang, orang dan informasi antar negara dengan intensitas yang lebih tinggi, antara lain berkat dukungan teknologi telekomunikasi dan informatika yang serba canggih. Oleh karena itu, PT Pos Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengemban misi layanan jasa Pos Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam, di mana variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel dependennya. Sampel yang digunakan adalah para konsumen pengguna jasa PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam sebanyak 391 responden. Metode pengumpulan pengambilan sampel menggunakan metode *sampling Insidental* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Analisis data uji validitas, reliabelitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji f. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21. Hasil penelitian ini adalah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara secara simultan, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) di kota Batam.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The development of the world economy as it is today is generally influenced by several things, namely globalization, economic and market groups, technology, role shifting, and deregulation. This condition has had an impact on the increase in goods, people and information traffic between countries with a higher intensity, among others, thanks to the support of sophisticated telecommunications and information technology. Therefore, PT Pos Indonesia is a State-Owned Enterprise (BUMN) that carries the Pos Indonesia service mission. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction in the service business of PT Pos Indonesia (Persero) in Batam City, where the independent variables namely service quality and facilities affect customer satisfaction as the dependent variable. The sample used is the consumers of service users of PT Pos Indonesia (Persero) in Batam City as many as 391 respondents. The method of collecting samples using the incidental sampling method and data collection techniques using a questionnaire (questionnaire). Data analysis was validity, reliability, classical assumption, multiple linear analysis, determination coefficient test (R^2), t test and f test. The data of this study were processed using SPSS version 21 software. The results of this study are that partially service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, the facility has a positive and significant effect on customer satisfaction. While simultaneously, the quality of service and facilities have an effect on and significant on customer satisfaction at PT Pos Indonesia (Persero) in the city of Batam.

Keyword: *Service Quality, Facility, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil'alam, dengan segala kerendahan mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT 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. Bapak Suhardianto, S.Hum, M.Pd selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Hikmah, S.E.,M.SI selaku dosen pembimbing yang tidak pernah lelah dan selalu sabar membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Bapak Berry Fernando selaku Kepala Bidang Pemasaran dan Sumber Daya Manusia PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam dan seluruh Jajaran Kepala Bidang PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam yang telah memberikan izin penelitian;
7. Kepada yang tercinta Ayahanda, Ibunda, dan Adik, terima kasih atas do'a, harapan dan ketulusan hati kepada penulis;
8. Teman-teman seperjuangan, sahabat dan semua orang yang penulis sayangi yang telah memberikan dukungan, nasehat, doa, dan menemani penulis menyelesaikan skripsi ini;
9. Kepada Kardi, Muarif, dan Ika Arumdani, yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini;
10. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 16 Februari 2019
Penulis

Mardiansyah
140910302

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Peneltian	6
1.6.1. Manfaat Teoritis	6
1.6.2. Manfaat Praktis	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Dasar	8
2.1.1. Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.1. Definisi kualitas pelayanan	8
2.1.1.2. Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan	8
2.1.1.3. Startegi mewujudkan kualitas pelayanan	10
2.1.1.4. Indikator dari kualitas pelayanan	12
2.1.2. Fasilitas	13
2.1.2.1. Pengertian fasilitas	13
2.1.2.2. Desain fasilitas layanan	13
2.1.2.3. Indikator dari Fasilitas	14
2.1.3. Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.2. Manfaat Kepuasan Konsumen	17
2.1.3.3. Mengukur Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.4. Indikator Kepuasan Konsumen	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Hipotesis	25

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain penelitian	26
3.2. Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1. Variabel Independen	27
3.2.2. Variabel Dependen	27
3.3. Populasi dan sampel	28
3.3.1. Populasi.....	28
3.3.2. Sampel	28
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1. Sumber Data	29
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Metode Analisis Data	31
3.5.1. Uji Kualitas Data	32
3.5.1.1. Uji Validitas Data	32
3.5.1.2. Uji Reliabilitas Data.....	33
3.5.2. Analisis deskriptif	34
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	35
3.5.3.2. Uji Multikolinieritas	36
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.4. Uji Pengaruh	37
3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi.....	38
3.5.4.3. Uji t.....	38
3.5.5.1. Uji F (Simultan).....	39
3.5.5.2. Uji Hipotesis	39
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	40
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2. Jadwal Penelitian	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Profil Responden.....	41
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	42
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.2. Hasil Penelitian.....	44
4.1.2.1. Analisis Deskriptif	44
4.1.2.1.1. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	44
4.1.2.1.2. Deskriptif Variabel Fasilitas (X2).....	45
4.1.2.1.3. Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	47
4.1.3. Uji Kualitas Data	48
4.1.3.1. Uji Validitas.....	49
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	50
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	51

4.1.4.2. Uji Multikolinieritas.....	54
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	55
4.1.5. Uji pengaruh	56
4.1.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.1.6. Pengujian Hipotesis	58
4.1.6.1. Uji Parsial (Uji t).....	58
4.1.6.2. Uji F (Simultan)	60
4.2. Pembahasan	61
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.2.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	61
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Dengan <i>P-P Plot Regression Standardized</i> ...	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Jasa Pos Batam Center	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Variabel Independen dengan Indikatornya.....	27
Tabel 3.2 Variabel Dependen dengan Indikatornya	27
Tabel 3.3 Skala likert	31
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	35
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	40
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	45
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	46
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas (X2).....	47
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas.....	50
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kepuasan konsumen (Y).....	51
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas.....	52
Tabel 4.12 Uji Kolmogorov-smirnov.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieraritas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	29
Rumus 3.2 Pearson Product Moment	33
Rumus 3.3 Rentang Skala	34
Rumus 3.4 Analisis Regresi Linier berganda	37
Rumus 3.5 Uji t	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global seperti sekarang ini umumnya dipengaruhi oleh banyak hal yaitu globalisasi, kelompok dan pasar ekonomi, teknologi, perubahan peran dan regulasi. Situasi ini berdampak pada peningkatan sirkulasi barang, orang, dan informasi antar negara dengan intensitas yang lebih besar, antara lain, berkat dukungan telekomunikasi dan teknologi informasi yang canggih. Alhasil, PT Pos Indonesia adalah perusahaan milik negara (BUMN) yang menjalankan misi Pos Indonesia.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan BUMN dalam bentuk perseroan terbatas (PT), yang modal atau sahamnya dimiliki setidaknya 51% dari pemerintah, untuk mendapatkan keuntungan. Sebagai perusahaan yang lebih besar dari Republik Indonesia. PT Pos Indonesia memiliki sejarah yang relatif panjang dalam membangun komunikasi sosial dan budaya di Indonesia. Namun, dalam pelaksanaan pembangunan nasional hal itu tidak terlepas dari perkembangan dunia. Situasi internasional, politik, keamanan dan situasi ekonomi akan secara signifikan mempengaruhi perkembangan kehidupan bangsa Indonesia secara langsung atau tidak langsung dan harus dipertimbangkan secara serius dan dicoba diprediksi.

Perkembangan teknologi, seperti ketersediaan mesin faks, telepon, ponsel, dan Internet, membuat pengiriman pesan menjadi mudah dan praktis, yang memengaruhi aktivitas bisnis PT Pos Indonesia dalam layanan pos kepada

masyarakat. Rahasia bisnis monopoli yang diberikan oleh layanan pos kepada publik atau kepada konsumen tidak lagi dikuasi PT Pos Indonesia sebagai perusahaan milik negara sebagai layanan tunggal untuk layanan surat tertulis atau elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan dan layanan pos untuk keperluan umum. Ini berarti bahwa PT Pos Indonesia dalam layanan pos menghadapi persaingan bisnis dengan operator lain seperti JNE, Titipan Kilat (TIKI), Kalstar dan lainnya yang tentu saja menyediakan penyediaan layanan berkualitas kepada komunitas pengguna layanan ini. Adanya layanan bisnis yang kompetitif dalam layanan pos.

Kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2012:157). Dalam pelaksanaan dan perkembangannya menurut observasi peneliti kualitas pelayanan PT Pos Indonesia bahwa seringkali keterlambatan pengiriman paket konsumen, seringkali terjadi keterlambatan pengantaran paket kekonsumen, serta sikap pegawai yang terlalu kaku.

Apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Fasilitas adalah sumber daya yang perlu tersedia sebelum layanan ditawarkan kepada konsumen (Smaradhana & Lutfie, 2017). Fasilitas adalah sarana untuk memulai operasi dan memberikan kemudahan operasi/aktifitas.

Bahwa biasanya kita ketahui PT Pos Indonesia merupakan perusahaan besar dan sebagai perusahaan badan usaha milik Negara (BUMN), namun peneliti melakukan observasi di kantor pos namun disana ditemui adanya lahan parkir yang

kurang memadai sehingga konsumen PT Pos Indonesia untuk memarkirkan kendaraannya berdesak-desakan.

Kepuasan konsumen perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. (Kotler, 2009:138), konsumen sebagai pemakai jasa menentukan alternatif pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman, dengan berusaha mencari kepuasan yang optimal. Keadaan tersebut menjadikan konsumen sangat selektif dalam memilih jasa pengiriman barang yang memberikan kepuasan tertinggi bagi mereka.

Dengan kepuasan konsumen, perusahaan akan mendapat manfaat dalam bentuk hubungan antara perusahaan dan konsumen agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali dan penciptaan kredit konsumen dan promosi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

PT Pos Indonesia adalah perusahaan negara (BUMN) yang berurusan dengan layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia adalah perseroan terbatas dan sering disebut sebagai PT Pos Indonesia Perusahaan jenis ini di Pos Indonesia didasarkan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 5 tahun 1995. Peraturan pemerintah ini mencakup transfer bentuk asli Pos Indonesia dalam bentuk perusahaan publik (perum) ke perusahaan. (Persero). Didirikan pada tahun 1746, saham Pos Indonesia sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Saat ini, Pos Indonesia tidak hanya melayani layanan pos dan kurir, tetapi juga layanan keuangan, didukung oleh jaringan sekitar \pm 4.000 kantor pos dan 28.000 agen pos di seluruh Indonesia.

Table 1.1 Data Pengguna Jasa Pos Batam Center

No	Bulan	Pengguna Jasa Pos	
		Tahun 2017	Tahun 2018
1	Januari	39,548	21,007
2	Februari	30,912	17,330
3	Maret	22,681	18,145
4	April	17,591	15,904
5	Mei	17,651	15,765
6	Juni	17,262	11,843
7	Juli	17,240	16,766
8	Agustus	22,762	16,109
9	September	17,663	16,568
10	Oktober	18,859	
11	November	19,416	
12	Desember	16,164	

Sumber: Pos, (2018)

Berdasarkan tabel di atas, pada tiap tahunnya bulan Mei 2017, Juni 2017, Juli 2017 dan Desember 2017 dan bulan April 2018 sampai Juni 2018 terjadi penurunan pada pengguna Jasa Pos. Penurunan jumlah pengguna jasa Pos ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak kantor Pos dengan dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah pengguna jasa Pos yang cenderung mengalami penurunan ini.

Dengan adanya kepuasan konsumen bahwasanya konsumen kurang puas terhadap jasa yang diberikan oleh PT Pos Indonesia yaitu karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari konsumen, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan di atas, penulis tertarik mengambil judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA LOGISTIK PADA PT POS INDONESIA (PERSERO) DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seringnya keterlambatan pengiriman paket konsumen.
2. Seringnya terjadi keterlambatan pengantaran paket ke konsumen.
3. Lahan parkir yang kurang memadai.
4. Karyawan kurang merespon atas pertanyaan atau keluhan dari konsumen, sikap karyawan yang kurang empati (cuek) kepada konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Membatasi masalah sangat diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman. Karena itu, ruang lingkup masalah harus dibatasi.

Batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian dibatasi hanya kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen
2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa pengiriman paket pos di PT Pos Indonseia (Persero) di Kota Batam.
3. Responden penelitian ini di kantor Pos Batam Center.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memunculkan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.
2. Untuk melihat tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.
3. Untuk melihat tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan aplikasi ilmu sebagai kontribusi pengetahuan untuk pengembangan ilmu

manajemen pemasaran, terutama dalam menganalisis tingkat kualitas layanan dan fasilitas.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Pos Indonesia (Persero)

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu sebagai kontribusi dan pengembangan dalam pengembangan dan penyempurnaan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan peningkatan kualitas layanan dan peningkatan fasilitas. Untuk mempertahankan jumlah pelanggan dan meningkatkan jika perlu jumlah pengguna layanan ini.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan dokumen akademik dan pertimbangan referensi yang berguna untuk dijadikan acuan dalam civitas akademik dan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Definisi kualitas pelayanan

Kualitas layanan Menurut Lewis and Booms (1983), itu adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan sesuai dengan harapan pelanggan (Tjiptono, 2017:142), sedangkan kualitas pelayanan menurut (Yamit, 2013:20) adalah harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lainya sehingga sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Kualitas layanan adalah semua bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen (Vionita Rosalina Pelealu, Silvia mandey, 2016).

Jadi dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan konsumen dapat bervariasi, dan seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan guna memenuhi ekspektasi pelanggan.

2.1.1.2. Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017:164) setiap perusahaan harus dapat memahami dan mengantisipasi banyak faktor yang mungkin dapat menyebabkan kualitas pelayanan yang buruk, termasuk:

1. **Produksi dan konsumsi yang terjadi secara bersamaan**
salah satu karakteristik unik dari jasa/layanan adalah unbundling mereka, yang berarti bahwa layanan diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama.
2. **Intensitas kerja yang tinggi**
Keterlibatan karyawan yang semakin intensif dalam penyediaan layanan juga dapat menyebabkan masalah kualitas, yaitu dalam bentuk berbagai macam layanan yang dihasilkan.
3. **Dukungan pelanggan internal yang tidak memadai**
Keramahan dan keramahtamahan dari mesin penjawab dan penjaga dapat memberikan kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin terhubung dengan penyedia layanan.
4. **Gaya komunikasi**
Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi adalah faktor kunci dalam menjalin kontak dan hubungan dengan klien.
5. **Perlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama**
Pelanggan adalah orang-orang unik dengan preferensi, perasaan, dan perasaan mereka. Dalam hal interaksi penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan standar.
6. **Ekspansi dan pertumbuhan yang berlebihan**
Pengenalan layanan baru atau penyempurnaan layanan lama dapat meningkatkan peluang pengembangan bisnis dan menghindari layanan yang buruk.

7. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi untuk mencapai target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya maksimum, peningkatan produktivitas tahunan, dll).

2.1.1.3. Startegi mewujudkan kualitas pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017:172) mewujudkan layanan prima tidaklah mudah. Banyak faktor yang harus di pertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas layanan berdampak terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Di antara berbagai faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama adalah:

1. Tentukan faktor penentu kualitas layanan

Upaya ini membutuhkan proses untuk mengidentifikasi penentu utama atau penentu kualitas layanan berdasarkan pandangan pelanggan.

2. Kelola harapan pelanggan

Tidak hanya beberapa perusahaan yang mencoba melakukan apa saja untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin, termasuk mendramatisir atau melebih-lebihkan pesan komunikasi mereka.

3. Mengelola bukti kualitas layanan

Mengelola bukti kualitas layanan bertujuan untuk meningkatkan persepsi pelanggan selama dan setelah pengiriman layanan.

4. Mendidik konsumen untuk mendapatkan layanan

Membantu pelanggan untuk memahami suatu layanan adalah upaya positif untuk secara efisien dan efektif mengimplementasikan proses pengiriman dan pengiriman layanan.

5. Menumbuhkan budaya yang berkualitas

Budaya kualitas adalah sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang menguntungkan untuk proses berkelanjutan menciptakan dan meningkatkan kualitas.

6. Buat kualitas otomatisasi

Otomatisasi memiliki potensi untuk mengatasi masalah volatilitas dalam kualitas layanan karena kurangnya sumber daya manusia yang tersedia untuk organisasi.

7. Pemantauan layanan

Layanan pemantauan diperlukan untuk meningkatkan atau memperbaiki aspek layanan yang tidak memuaskan dan mempertahankan aspek yang baik.

8. Pengembangan sistem kualitas layanan informasi

Sistem Informasi Layanan Kualitas adalah sistem yang secara sistematis mengintegrasikan berbagai jenis penelitian untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi tentang kualitas layanan untuk mendukung pengambilan keputusan.

2.1.1.4. Indikator kualitas pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017:159) indikator dari kualitas pelayanan adalah:

1. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang di janjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*) yaitu berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*empathy*) yaitu berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelangganya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Berwujud (*tangible*) yaitu berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Berkaitan dengan kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan untuk meningkatkan profitabilitas dan kesuksesan perusahaan.

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1. Pengertian fasilitas

Fasilitas menurut Tjiptono (2001) adalah sumber daya alam yang perlu tersedia sebelum layanan ditawarkan kepada konsumen (Moha Sartika & Loindong Sjendry, 2016).

Menurut Donnely (1992) fasilitas adalah hal-hal yang berhubungan atau ada dalam lingkungan kita dan dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan aktivitas yang di jalankan, baik itu yang berhubungan dengan kebendaan atau fisik maupun yang berhubungan dengan manusia (Buchori, 2015).

Jadi dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang berbentuk fisik maupun non fisik yang berhubungan dengan manusia untuk memberikan kemudahan bagi tamu/konsumen untuk melaksanakan aktivitasnya.

2.1.2.2. Desain fasilitas layanan

Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan desain fasilitas layanan menurut (Tjiptono, 2014) meliputi :

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu layanan seringkali mendefinisikan berbagai persyaratan desain.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang/tempat

Setiap penyedia layanan yang membutuhkan lokasi fisik untuk memasang fasilitasnya harus mempertimbangkan sejumlah faktor seperti kapasitas

ekonomi, ketersediaan lahan, peraturan pemerintah tentang kepemilikan tanah dan pembebasan lahan, dll.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas perencanaan diperlukan jika volume permintaan sering berfluktuasi dan standar layanan tumbuh dengan cepat, sehingga risiko depresiasi relatif besar.

4. Faktor estetis

Fasilitas layanan yang rapi, menarik, dan menyenangkan secara estetika akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu layanan.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama pengamat sosial dan lingkungan) dan lingkungan di sekitar fasilitas layanan memainkan peran penting dan memiliki pengaruh signifikan terhadap perusahaan.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya dipengaruhi oleh desain pabrik.

2.1.2.3. Indikator Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2011: 46) indikator fasilitas ada enam, yaitu :

1. Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan banyak lagi bergabung dan tumbuh untuk memicu reaksi spiritual dan emosional dari pengguna atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruang

Ini termasuk desain interior dan arsitektur, seperti pemasangan furnitur dan peralatan dalam kamar, perencanaan arus lalu lintas, dan lainnya. Karena penempatan ruang tunggu harus dipertimbangkan di luar kapasitasnya, pemasangan furnitur atau peralatan tambahan juga harus diperhitungkan.

3. Perlengkapan/perabotan

Peralatan/furnitur berfungsi sebagai sarana memberikan kenyamanan, tampilan atau sebagai infrastruktur pendukung untuk penggunaan barang bagi pelanggan. Apa arti peralatan dalam penelitian ini adalah: ketersediaan listrik, meja atau kursi, hot spot di internet, lukisan atau papan baca, alat tulis dan banyak lagi.

4. Tata cahaya dan warna

Pencahayaan ini adalah warna warna kamar dan pengaturan pencahayaan sesuai dengan sifat dari kegiatan yang berlangsung di ruangan dan suasana yang diinginkan. Warna dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja, membuat tayangan longgar dan mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas layanan harus terkait dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam elemen ini adalah penampilan visual, penempatan, pilihan bentuk fisik, pilihan warna, pencahayaan, dan pilihan simbol atau simbol bentuk lambang yang digunakan untuk tujuan

tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, instruksi peringatan atau papan informasi (yang diletakkan di tempat / tempat bagi konsumen).

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.1.3. Kepuasan Konsumen

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa bagi seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dianggap sebagai pengembalian yang diharapkan (atau hasil). Jika kinerja di bawah ekspektasi, konsumen tidak puas. Dengan demikian, kepuasan adalah fungsi dari persepsi atau kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah ekspektasi, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Dan jika kinerja melebihi/melampaui harapan, konsumen akan sangat puas atau bahagia.

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

Konsumen adalah perbandingan konsumen antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan

(Kotler & Amrstrong, 2012: 36). Jumlah biaya konsumen adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi konsumen, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan awal dan persepsi/hasil yang diperoleh/dirasakan oleh konsumen. Kepuasan konsumen tercapai jika kebutuhan mereka dipenuhi dengan melampaui harapan asli mereka, jika tidak konsumen merasa tidak nyaman jika hasil/pencapaian yang diterima/dirasakan kurang dari harapan asli mereka.

2.1.3.2. Manfaat Kepuasan Konsumen

Lebih lanjut, kepuasan konsumen juga berpotensi memberikan manfaat spesifik sebagai berikut, (Tjiptono, 2012: 310):

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

beralih pemasok.

6. Rekomendasi gethok tular positif.
7. Konsumen 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 Konsumen

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

1. Sistem Keluhan dan Saran

Memberikan kesempatan bagi konsumen 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 Konsumen

Melakukan penelitian atau survei pasar mengenai kepuasan konsumen 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 konsumen/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 Analysis*

Metode ini cukup unik. Perusahaan berusaha menghubungi para konsumennya 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 konsumen.

2.1.3.4. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009: 49) indikatornya yaitu:

1. *Expectations*. Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase prapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.
2. *Performance*. Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.
3. *Comparison*. Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan prapembelian dan persepsi kinerja aktual yang pada akhirnya konsumen 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

Sebelum melakukan penulisan karya ilmiah ini, peneliti telah mengidentifikasi beberapa hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian peneliti. Untuk memudahkan penyelesaian penelitian ini, peneliti telah mempelajari penelitian tersebut. Penelitian sebelumnya yang peneliti pelajari adalah sebagai berikut:

Darwansyah, (2017) melakukan penelitian berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan jasa kamar Hotel Grand Victoria di Samarinda. Tujuan dari penelitian ini adalah apakah kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Grand Victoria Hotel di Samarinda. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, jaminan, empati dan indikasi nyata yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan kamar hotel untuk grand victoria.

Sartika Moha & Sjendry Loindong, (2016) melakukan penelitian berjudul analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Yuta Hotel di Manado. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan

dan fasilitas dalam kepuasan konsumen di Yuta Hotel di Manado. Metode penelitian ini asiosiatif, dengan teknik analisis berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen.

Buchori, (2015) melakukan penelitian berjudul analisis pengaruh ketetapan harga, promosi, dan fasilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Yestoya Way Hotel di Jepara, Lampung Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak harga, penawaran dan fasilitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Yestoya Hotel di Jepara Lampung Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*. Menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa ketetapan harga, promosi dan fasilitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Sri Hartini, (2017) melakukan penelitian berjudul pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi pada keputusan konsumen untuk menginap di Sakura Palangka Raya Hotel. Tujuan dari penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi memiliki dampak signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah pada saat yang sama kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi memiliki dampak signifikan pada keputusan konsumen untuk menginap di Sakura Palangka Raya Hotel.

Nurmalitha Sekar Smaradhana dan Harrie Lutfie, (2017) melakukan penelitian berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik pada kepuasan pelanggan

di The 101 Hotel Bandung Dago. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana kualitas layanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan di The 101 Hotel Bandung Dago. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, yang menggunakan teknik analisis berganda dengan IBM SPSS 20. Hasil penelitian ini hadir secara simultan mempengaruhi antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas fisik dengan kepuasan pelanggan.

J. Joshua Zelvakumar, (2015) melakukan penelitian berjudul kepercayaan pelayanan berkualitas pada kepuasan pelanggan di sektor publik dan bank swasta di bank cimbatore Tamil Mandu Bank India. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah kualitas layanan menghargai kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan analisis validitas dan reliabilitas. Menggunakan metode Servqual. Hasil dari kualitas layanan studi ini memiliki pengaruh besar pada kepuasan pelanggan Bank Cimbatore.

Appalaya Meesala & Justin Paul, (2018) melakukan penelitian berjudul kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan dedikasi di rumah sakit: untuk masa depan di Hyderabad, rumah sakit India. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor kualitas layanan yang paling penting terkait dengan kepuasan dan dedikasi pelanggan ke rumah sakit. Penelitian ini menggunakan kursus AMOS V20 untuk menghitung koefisien rute langsung dan tidak langsung. Hasil dari penelitian variabel keandalan daya tanggap berdampak pada kepuasan pasien.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

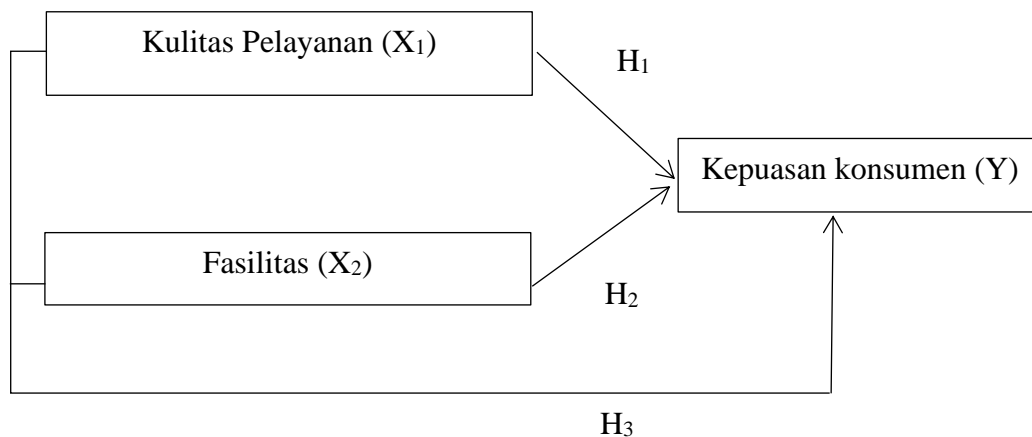
No	Nama (Tahun)	Judul peneliti	Variabel yang di teliti	Hasil/kesimpulan
1	Darwansyah (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa kamar hotel grand victoria di samarinda	1.Kualitas pelayanan 2.Kepuasan konsumen	Dari hasil uji kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan empati dan bukti berwujud berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2	Sartika mohan dan sjudry liondong (2016)	Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota manado	1.Kualitas pelayanan 2.Fasilitas 3.Kepuasan konsumen	Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
3	Buchori (2015)	Analisis pengaruh ketetapan harga promosi dan fasilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel yestoya way jepara lampung timur	1.Harga 2.Promosi 3.Fasilitas pelayanan 4.Kepuasan konsumen	Harga, promosi dan fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4	Sri hartini (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di	1.Kualitas pelayanan 2.Fasilitas 3.Harga 4.Lokasi 5.Keputusan menginap	Secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap

Lanjutan Tabel 2.1

		hotel sakura palangka raya		
5	Nurmali ta sekar smaradh ana dan harrie lutfie (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik terhadap kepuasan pelanggan di the 101 hotel bandung dago	1.Kualitas pelayanan 2.Fasilitas fisik 3.Kepuasan pelanggan	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik memiliki hasil positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 85,1%
6	J.Joshua Zelvaku amar (2015)	<i>conducts research on impact quality of service on customer satisfaction in public sector and private bankas in cimbatore bank of Tamil mandu India</i>	1.Kualitas pelayanan 2.Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian ini kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bank cimbatore
7	Appalaya meesala dan Justin paul (2018)	<i>Service quality, consumer satisfication and loyalty in hospitals: thingking for the future</i>	1.Kualitas pelayanan 2.Kepuasan konsumen 3.Kesetiaan konsumen	Keandalan dan daya tanggap berdampak pada kepuasan pasien

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah dasar dari masalah dengan variabel yang akan diteliti. Poin-poin utama dari kerangka kerja penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

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

H₁= Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik pada PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.

H₂= Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik pada PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.

H₃= Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simulatan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa logistik pada PT Pos Indonesia (Persero) di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain penelitian

Desain penelitian kausalitas adalah proyek penelitian yang dirancang untuk menguji kemungkinan hubungan kausal antara variabel. Dalam skema ini, hubungan kausalitas secara umum dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat mendeklarasikan klasifikasi dari variabel penyebab, variabel perantara dan variabel terikat (tergantung)(Sanusi, 2011:14).

Jenis penelitian ini menggunakan perencanaan penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan, 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. Definisi Operasional Variabel

Setiap penelitian menggunakan variabel, variabel semua dalam bentuk yang ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga informasi diperoleh tentang itu, maka ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2012:38).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel terikat atau umumnya dikenal sebagai X. Variabel independen adalah jenis variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Sanusi, 2011:50) variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2).

Tabel 3.1 Variabel Independen dengan Indikatornya

Variabel Independen	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas pelayanan (X1)	<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	Skala Likert
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	
	<i>Empathy</i> (Empati)	
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	
Fasilitas (X2)	Pertimbangan/perencanaan spasial	Skala Liker
	Perencanaan ruang	
	Perlengkapan/perabotan	
	Tata cahaya dan warna	
	Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	
	Unsur pendukung	

Sumber : (Tjiptono, 2017:159), (Tjiptono, 2011:46)

3.2.2. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini, variabel dependennya ialah kepuasan konsumen.

Tabel 3.2 Variabel Dependen dengan Indikatornya

Variabel Dependen	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan konsumen (Y)	<i>Expectations</i> (Harapan)	Skala Likert
	<i>Performance</i> (Kinerja)	
	<i>Comparison</i> (Perbandingan)	
	<i>Confirmation/disconfirmation</i> (Konfirmasi/diskonfirmasi)	

Sumber: (Kotler & Keller, 2009:49)

3.3. Populasi dan sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah suatu area atau generalisasi yang terdiri dari: objek / subjek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80). Dalam penelitian ini, populasi adalah konsumen yang telah menggunakan layanan di PT Pos Indonesia di Batam Center, Kota Batam.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan para peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, energi dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi ini. Dari sampel, temuan akan diterapkan pada populasi. Bahwa sampel yang diambil oleh populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2012:81).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah penggunaan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih dalam sampel (Sugiyono, 2012:84).

Pengambilan sampel diperoleh dengan menggunakan metode *incidental sampling* (aksidental sampling). Ini adalah teknik untuk mengidentifikasi spesimen 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).

Menurut metode pengambilan sampel, spesimen 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:

$$\begin{aligned} &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\ &= \frac{16568}{1 + 16568 \cdot (5\%)^2} \\ &= \frac{16568}{1 + 16568 \cdot (0,05)^2} \\ &= 391 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel diperoleh 391 responden jadi sampel dalam penelitian ini adalah 391 responden.

3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber primer. Data yang diperoleh langsung dari sumber konsumen adalah data primer. Cara mengumpulkan data mentah, termasuk melalui wawancara, observasi dan kuesioner, metode mana yang digunakan tergantung pada media yang digunakan (Kontour, 2009:182).

2. Data sekunder

Data sekunder berasal dari hasil penelitian orang lain yang dilakukan untuk tujuan berbeda, data bisa dalam bentuk peristiwa, tabel, gambar, dan lainnya. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan data sekunder data sekunder dapat diperoleh dengan cepat, tidak memerlukan bab besar, tidak ada cara lain yang bisa dilakukan selain data sekunder (Kontour, 2009:178-182) baik yang berasal dari perusahaan tempat peneliti melakukan penelitian dari sumber lain yang berkaitan dengan judul di skripsi ini.

1.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah:

1. Wawancara

Wawancara adalah diskusi yang membahas masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab verbal di mana dua orang atau lebih saling berhadapan secara fisik (Imam gunawan, 2014:160). Selain itu, metode wawancara adalah elemen dari metode pengumpulan data di mana pertanyaan telah disiapkan (kuesioner), yang juga telah menyiapkan jawaban alternatif (Sugiyono, 2012:138).

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012:142). Kuisisioner (angket) ditujukan kepada responden menggunakan skala likert dalam bentuk *checklist*. Skala Likert ini meminta responden untuk menanggapi sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju pada objek yang dirasakan. Dengan skala Likert variabel yang akan diukur dikonversi menjadi indeks variabel. Selanjutnya, indeks variabel digunakan sebagai titik awal untuk menggambar menjadi indeks variabel, yang dapat berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Tabel berikut 3.3 Skor skala likert dalam bentuk daftar *checklist*:

Tabel 3.3 Skala likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2012:94)

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses pencarian dan pengumpulan data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan organisasi data dalam kategori, deskripsi dalam satuan, komposisi, organisasi dalam motif, pemilihan penting dan untuk dipelajari dan menarik kesimpulan sehingga mereka mudah dimengerti oleh mereka sendiri dan maupun orang lain (Sugiyono, 2012:244).

Dalam penelitian ini, metode analisis yang akan digunakan untuk memperoleh informasi tentang kekuatan tinggi dari variabel independen dalam variabel dependen adalah penggunaan metode regresi linier berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode pengujian kualitas data dan analisis deskriptif. Analisis ini menggunakan program SPSS versi 21, beberapa tes data yang akan dianalisis untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.1. Uji Kualitas Data

Sebelum menganalisis dan menginterpretasikan uji kualitas data, terlebih dahulu harus dilakukan, dibagi menjadi 2 (dua) uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

3.5.1.1. Uji Validitas Data

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk menentukan seberapa cermat suatu instrumen atau objek untuk mengukur apa yang ingin di ukur. Instrumen yang valid sangat fleksibel, sebaliknya, cara yang kurang valid berarti daya yang rendah. Dalam uji validitas dapat di gunakan *statistical package for the social science* (SPSS) dan rumus *Pearson Product Moment* juga dapat digunakan sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{\{n \sum i^2 - (\sum i)^2\} \{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}}}$$

Rumus 3.2 Pearson Product Moment

Sumber: (Wibowo, 2012:37)

Keterangan:

r_{ix} = Koefisien korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

N = Jumlah banyaknya subjek

Kriteria diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak (Wibowo, 2012:37), jika:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.1.2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi instrumen pengukuran, terlepas dari apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument Kuesioner yang tidak dapat diandalkan untuk instrumen tidak kompatibel dengan pengukuran, sehingga hasil pengukuran tidak dapat diandalkan. Uji reliabilitas yang banyak digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* $>0,6$ (Priyatno, 2016:154).

3.5.2. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara sederhana. Analisis deskriptif dilakukan melalui asumsi deskriptif eksperimental. Presentasi dapat berbentuk tabel atau grafik, termasuk perhitungan nilai rata-rata, standar deviasi, dan sebagainya. Menurut (husein umar, 2009:163-164) tentukan kriteria analisis deskriptif, khususnya dengan menentukan skala menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{391(5-1)}{5} = 312,8$$

Rumus 3.3 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 391 = 391

b. Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel = 5 x 391 = 1,955

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

$$= \frac{391(5-1)}{5}$$

$$RS = 312,8$$

Oleh karena itu, skala untuk setiap kriteria adalah 312,8. Untuk detail lebih lanjut, lihat tabel berikut:

Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skor/Skala kategori	Kriteria
391-703,8	Sangat tidak baik/Sangat rendah
703,9-1016,7	Tidak baik/Rendah
1016,8-1329,6	Cukup/Sedang
1329,7-1642,5	Baik/Tinggi
1642,6-1955,4	Sangat baik/Sangat tinggi

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimasukkan untuk menemukan bahwa setiap variabel akurat dan dapat diandalkan. Analisis asumsi klasik menggunakan program SPSS. Analisis ini dilakukan dengan metode garis regresi berganda sebelum menguji analisis regresi berganda yang pertama kali menggunakan uji analisis regresi berganda yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas (Wibowo, 2012:87).

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

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah regresi telah menemukan korelasi antara variabel independen. Jika ada korelasi, maka ada masalah multikolinearitas. Pengajuan ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas dilakukan dengan hati-hati dalam nilai matriks korelasi yang dihasilkan selama pemrosesan data dan faktor inflasi VIF dan toleransi. Nilai VIF antara 0 dan 10 tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak dapat menjadi masalah multikolinearitas (Priyatno, 2016:129).

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ada ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika fluktuasi dan sisa-sisa tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka itu disebut homoskedastisitas. Dan jika fluktuasi berbeda, maka itu adalah

heterogen. Model regresi yang baik bukanlah heteroskedastisitas. Dan jika hasil nilai signifikansi > nilai alpha (0,05), maka modelnya tidak heteroskedastisitas (Wibowo, 2012:93).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya untuk menjawab masalah dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen. Jenis penganda regresi linier yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3.4 Analisis Regresi Linier berganda
Sumber: (Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

- Y' = Variabel dependen (variabel respon)
- a = Nilai konstanta
- b = Nilai koefisien regresi
- x₁ = Variabel independen pertama
- x₂ = Variabel independen kedua
- x₃ = Variabel independen ketiga
- x_n = Variabel independen ke-n

3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi

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.

3.5.4.3. Uji t

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau dapat dianggap penting, berbanding terbalik jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sig $> 0,05$, maka H_0 yang dapat diterima atau dapat dikatakan tidak signifikan adalah efek dari variabel independen dipelajari dengan variabel terkait (Priyatno, 2016:66).

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

Rumus 3.5 Uji t

Sumber: (Sugiyono, 2009:250)

Dimana:

t = Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = Korelasi persial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

3.5.5.1. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen bersama terhadap variabel dependen. Nilai yang dihitung F akan dibandingkan dengan nilai tabel F (Wibowo, 2012:132-133).

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5.2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama dengan menguji signifikansi regresi linier berganda yang sebagian terkait dengan hipotesis penelitian (Sanusi, 2011:144), menurut sesuai dengan uji hipotesis (Wibowo, 2012:125), sesuai dengan uji hipotesis yang akan dilakukan, akan memperhatikan berikut:

1. Uji hipotesis adalah pengujian menggunakan sampel data
2. Uji menghasilkan keputusan untuk menolak H_0 atau sebaliknya untuk menerima H_0
3. Nilai uji dapat dilihat menggunakan nilai F atau nilai t hitung atau nilai Sig
4. Kesimpulan juga dapat dibuat dengan melihat gambar atau kurva untuk melihat daerah awal dan daerah yang menerima hipotesis nol

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti sedang melakukan penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini, peneliti sedang melakukan penelitian di PT Pos Indonesia (Persero) Jl. Jenderal Sudirman, Batam Center.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari September 2018 hingga Februari 2019.

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian

Keterangan	September 2018				Oktober 2018				November 2018				Desember 2018				Januari 2019				Februari 2019			
	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 (2018)