

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
JASA PELAYANAN DI PT POS INDONESIA DENGAN
MENGUNAKAN METODE FUZZY SERVQUAL**



S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi satu syarat kelulusan Program Strata Satu (S1)

FITRIA IKAWATY

11161219

Program Studi Sistem Informasi

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri

Jakarta

2017

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih dan lagi Maha Penyayang, yang utama dari segalanya sembah sujud serta syukur kepada Allah SW T. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku arti kesabaran sesungguhnya. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhir skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

1. Keluargaku tercinta, Orang tua, Suami dan anak-anakku atas limpahan doa dan kasih sayang cinta yang tak terhingga, serta teman-temanku yang selalu mensupport dalam penulisan skripsi ini di lingkungan kantor.
2. Teman-teman kelasku 11.8H.01 seperjuangan terimakasih kalian adalah tempat saya untuk kembali, disaat benar dan salah, disaat senang dan duka, gelak tawa dan solidaritasnya yang luar biasa sehingga membuat hari-hari kuliah lebih berarti.

Semoga Allah SW T membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal. Aamiin Allahumma Aamiin

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitria Ikawaty
NIM : 11161219
Perguruan Tinggi : STMIK Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul **“Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”**, adalah asli (orisinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan atau di publikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan dari **Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Nusa Mandiri** dicabut atau dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal: 08 Agustus 2017
Yang menyatakan,



Fitria Ikawaty

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitria Ikawaty
NIM : 11161219
Perguruan Tinggi : STMIK Nusa Mandiri
Program Studi : Sistem Informasi

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak **Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Nusa Mandiri**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul **“Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer Nusa Mandiri**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta.
Pada tanggal : 08 Agustus 2017
Yang menyatakan,



Fitria Ikawaty

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : FITRIAH IKAWATY
NIM : 11161219
Program Studi : SISTEM INFORMASI
Jenjang : STRATA-1
Judul Skripsi : Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT. Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Serqual

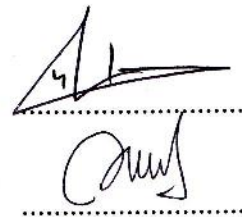
Telah dipertahankan pada periode 2017-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh SARJANA KOMPUTER (S.Kom) pada Program STRATA-1 Program Studi Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri.

Jakarta, 25 Agustus 2017

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing : Suharjanti, S.Kom, M.Kom

Asisten Pembimbing : Dwi Yuni Utami, M.Kom



DEWAN PENGUJI

Penguji I : Cahyani Budihartanti, M.Kom

Penguji II : Vito Triantori, M.Kom



KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Dimana Skripsi ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul skripsi, yang penulis ambil sebagai berikut, "ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS JASA PELAYANAN DI PT POS INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE FUZZY SERVQUAL".

Tujuan penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata Satu (S1) STM IK Nusa Mandiri. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ketua STM IK Nusa Mandiri.
2. Pembantu Ketua 1 STM IK Nusa Mandiri.
3. Ketua Program Studi Sistem Informasi STM IK Nusa Mandiri.
4. Ibu Suharjanti, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Dwi Yuni Utami, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing II.
6. Bapak atau Ibu dosen Sistem Informasi STM IK Nusa Mandiri yang telah memberikan penulis dengan semua bahan yang diperlukan.
7. Staff/ Karyawan / dosen di lingkungan STM IK Nusa Mandiri.

8. Suami tercinta dan anak-anak tercinta yang mendukung saya.
9. Staff/ Karyawan di PT Pos Indonesia.
10. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spritual.
11. Rekan-rekan mahasiswa kelas 11.8H.01

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berniat pada umumnya.

Jakarta, 08 Agustus 2017

Fitria Ikawaty

A B S T R A K

Fitria Ikawaty (11161219), Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*.

Skripsi ini berisi tentang kualitas pelayanan di perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan yaitu jasa kiriman, maka pelayanan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksana atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Tujuannya adalah mengukur harapan dan kinerja kualitas pelayanan terhadap pelanggan, lalu metode yang dapat digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan adalah metode *Fuzzy Service Quality (Servqual)*. Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa dimensi layanan *Tangible* dengan *score* -1,96, *Realibility* dan *Assurance* dengan *score* -1,82 yang menjadi perhatian utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya yaitu semakin tinggi nilai *gap* dan kedudukan ranking yang dimiliki setiap dimensi semakin tinggi pula yang harus diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan kualitas pelayanan supaya menjadikan pelanggan merasa puas menggunakan jasa kiriman di PT Pos Indonesia.

Kata Kunci : *Fuzzy Service Quality (Servqual), Gap*

D A F T A R I S I

LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PENGGUNA HAK CIPTA	vi
 Kata Pengantar.....	 vii
Abstrak	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
 B A B I P E N D A H U L U A N	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.1. Maksud dan Tujuan.....	3
1.2. Metode Penelitian.....	4
A. Observasi.....	4
B. Wawancara.....	4
C. Studi Pustaka.....	4
1.3. Ruang Lingkup.....	5
1.4. Hipotesis.....	5
 B A B I I L A N D A S A N T E O R I.....	 6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	6
2.1.1.1. Jasa.....	9
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.3. Logika Fuzzy.....	11
2.1.3.1. Himpunan Fuzzy.....	12
2.1.4. Metode <i>Servqual (Service Quality)</i>	13
2.1.4.1. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.5. <i>Statistical Package For Sosial Science (SPSS)</i>	17
2.2. Penelitian Terkait.....	18
2.3. Tinjauan Organisasi atau Objek Penelitian.....	19
2.3.1. Sejarah Organisasi atau Objek Penelitian.....	19
2.3.2. Visi dan Misi Penelitian.....	21
2.3.3. Struktur Organisasi Penelitian.....	22
 B A B I I I M E T O D E L O G I P E N E L I T I A N	 23
3.1. Tahapan Penelitian.....	23

3.2. Instrum ent Penelitian	26
3.2.1. Variabel Penelitian	27
3.3. M etode Pengum pulan Data, Populasi& Samp el Penelitian	31
3.3.1. Pengum pulan Data	31
3.3.2. Populasi dan Samp el Penelitian	34
3.3.3. Teknik Pengam bilan Samp el	36
3.4. M etode Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Data Penelitian	40
4.1.1. Gambaran Umum Responden	40
4.2. Hasil Uji Instrum ent Penelitian	43
4.2.1. Uji Validitas Data Responden	43
4.2.1.1. Harapan atau Ekspektasi	45
4.2.1.2. Kinerja atau Persepsi	55
4.2.2. Uji Reliabilitas Data Responden	65
4.2.2.1. Harapan atau Ekspektasi	65
4.2.2.2. Kinerja atau Persepsi	73
4.3. Pengolahan <i>Data Servqual (Service Quality)</i>	69
4.3.1. Perhitungan Frekuensi Jawaban Kuesiner Ekspektasi ...	69
4.3.1.1. Harapan atau Ekspektasi	69
4.3.1.2. Kinerja atau Persepsi	73
4.3.2. Perhitungan Pembobotan dan Rata-Rata Jawaban	76
4.3.3. Perhitungan Nilai <i>Gap</i> Pelayanan	79
4.3.4. Perhitungan Nilai <i>Servqual</i> Per-Dimensi	80
4.3.5. Menentukan <i>Servqual Score</i> Untuk Setiap Variabel	82
4.4. Hasil Hipotesis	83
BAB V PENUTUP	84
5.1. Kesim pulan	84
5.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN	
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN	
Lampiran A. Kuesioner Responden	
Lampiran B. Nilai-nilai Product M oment	

D A F T A R G A M B A R

H a l a m a n

G a m b a r II.1 Conceptual Model of The Servqual Instrument	18
G a m b a r II.2 Struktur Organisasi.....	22
G a m b a r III.1 Skem a Tahapan Penelitian.....	23
G a m b a r IV .1 <i>Descriptive Statistic Tangible</i> Ekspektasi.....	45
G a m b a r IV .2 Hasil Uji Validitas <i>Taingible</i> Ekspektasi.....	46
G a m b a r IV .3 <i>Descriptive Statistic Reliability</i> Ekspektasi.....	47
G a m b a r IV .4 Hasil Uji Validitas <i>Reliability</i> Ekspektasi.....	48
G a m b a r IV .5 <i>Descriptive Statistic Responsiveness</i> Ekspektasi.....	49
G a m b a r IV .6 Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i> Ekspektasi.....	50
G a m b a r IV .7 <i>Descriptive Statistic Assurance</i> Ekspektasi.....	51
G a m b a r IV .8 Hasil Uji Validitas <i>Assurance</i> Ekspektasi.....	52
G a m b a r IV .9 <i>Descriptive Statistic Empathy</i> Ekspektasi.....	53
G a m b a r IV .10 Hasil Uji Validitas <i>Empathy</i> Ekspektasi.....	54
G a m b a r IV .11 <i>Descriptive Statistic Tangible</i> Persepsi.....	55
G a m b a r IV .12 Hasil Uji Validitas <i>Taingible</i> Persepsi.....	56
G a m b a r IV .13 <i>Descriptive Statistic Reliability</i> Persepsi.....	57
G a m b a r IV .14 Hasil Uji Validitas <i>Reliability</i> Persepsi.....	58
G a m b a r IV .15 <i>Descriptive Statistic Responsiveness</i> Persepsi.....	59
G a m b a r IV .16 Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i> Persepsi.....	60
G a m b a r IV .17 <i>Descriptive Statistic Assurance</i> Persepsi.....	61
G a m b a r IV .18 Hasil Uji Validitas <i>Assurance</i> Persepsi.....	62
G a m b a r IV .19 <i>Descriptive Statistic Empathy</i> Persepsi.....	63
G a m b a r IV .20 Hasil Uji Validitas <i>Empathy</i> Persepsi.....	64
G a m b a r IV .21 Analisa Perhitungan Reliabilitas Variabel Ekspektasi.....	66
G a m b a r IV .22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspekpatsi.....	66
G a m b a r IV .23 Item Total <i>Statistic</i> Variabel Ekspektasi.....	67
G a m b a r IV .24 Analisa Perhitungan Reliabilitas Variabel Persepsi.....	67
G a m b a r IV .25 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi.....	68
G a m b a r IV .26 <i>Item Total Statistic</i> Variabel Ekspektasi.....	68
G a m b a r IV .27 Nilai Bobot dan Data Ekspektasi Kepuasan Pelayanan.....	78
G a m b a r IV .28 Nilai Bobot dan Data Persepsi Kepuasan Pelayanan.....	79
G a m b a r IV .29 Nilai <i>Gap</i> Antara Ekspektasi dan Persepsi.....	80
G a m b a r IV .30 Nilai Rata-Rata Jawaban Per-dimensi Responden.....	81
G a m b a r IV .31 Hasil <i>Servqual Score</i> Untuk Setiap Variabel.....	82
G a m b a r IV .32 Diagram <i>Servqual Score</i> Berdasarkan Lima Dimensi.....	83

D A F T A R T A B E L

H a l a m a n

Tabel III.1 Kisi-Kisi Instrum ent Penelitian.....	30
Tabel III.2 Skala Likert Pada Harapan atau Ekspektasi.....	33
Tabel III.3 Skala Likert Pada Kinerja atau Persepsi.....	33
Tabel IV .1 Deskripsi Usia Responden.....	41
Tabel IV .2 Deskripsi Jenis Kelam in Responden.....	42
Tabel IV .3 Deskripsi Pendidikan Responden.....	42
Tabel IV .4 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	43
Tabel IV .5 Deskripsi Lam anya Tinggal Responden.....	43
Tabel IV .6 Rangkum an Uji Validitas <i>Tangible</i> Ekspektasi.....	47
Tabel IV .7 Rangkum an Uji Validitas <i>Reliability</i> Ekspektasi.....	49
Tabel IV .8 Rangkum an Uji Validitas <i>Responsiveness</i> Ekspektasi.....	51
Tabel IV .9 Rangkum an Uji Validitas <i>Assurance</i> Ekspektasi.....	53
Tabel IV .10 Rangkum an Uji Validitas <i>Empathy</i> Ekspektasi.....	55
Tabel IV .11 Rangkum an Uji Validitas <i>Tangible</i> Persepsi.....	55
Tabel IV .12 Rangkum an Uji Validitas <i>Reliability</i> Persepsi.....	59
Tabel IV .13 Rangkum an Uji Validitas <i>Responsiveness</i> Persepsi.....	61
Tabel IV .14 Rangkum an Uji Validitas <i>Assurance</i> Persepsi.....	63
Tabel IV .15 Rangkum an Uji Validitas <i>Empathy</i> Persepsi.....	65
Tabel IV .16 Rangkum an Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pada Ekspektasi dan Persepsi.....	69
Tabel IV .17 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Tangible</i> Ekspektasi.....	69
Tabel IV .18 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Reliability</i> Ekspektasi.....	70
Tabel IV .19 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Responsiveness</i> Ekspektasi.....	71
Tabel IV .20 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Assurance</i> Ekspektasi.....	71
Tabel IV .21 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Empathy</i> Ekspektasi.....	72
Tabel IV .22 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Tangible</i> Persepsi.....	73
Tabel IV .23 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Reliability</i> Persepsi.....	74
Tabel IV .24 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Responsiveness</i> Persepsi.....	74
Tabel IV .25 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Assurance</i> Persepsi.....	75
Tabel IV .26 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden <i>Empathy</i> Persepsi.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

	H a l a m a n
1. L a m p i r a n A .1 L e m b a r K u e s i o n e r R e s p o n d e n	86
2. L a m p i r a n A .2 L e m b a r K u e s i o n e r R e s p o n d e n y a n g T e l a h T e r i s i	87
3. L a m p i r a n B .1 N i l a i - n i l a i r P r o d u c t M o m e n t	88

B A B I

P E N D A H U L U A N

1.1 L a t a r B e l a k a n g M a s a l a h

Era globalisasi saat ini, menuntut organisasi ataupun perusahaan untuk senantiasa meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Mengingat besarnya peranan inovasi bagi setiap organisasi publik dan swasta dalam era global membawa dampak dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya.

Perkembangan teknologi informasi telah berdampak kepada berbagai sektor industri, tidak terkecuali sektor pos dan telekomunikasi. Secara global, teknologi informasi telah menyebabkan proses komunikasi menjadi lebih cepat, praktis, dan mudah. Sebagai salah satu penyedia jasa penyaluran informasi, industri pos juga mengalami dampak dari perubahan di atas.

Salah satu dampak yang terjadi adalah penurunan penggunaan produk pos yaitu volume pengiriman surat. Tren tersebut diperkirakan akan terus berlangsung, ditunjang oleh perkembangan teknologi informasi yang makin mutakhir di masa mendatang.

Selain itu, liberalisasi pasar dan perubahan regulasi turut memberi andil dalam perubahan arah bisnis pos. Dalam hal ini, berbagai penyedia layanan pos telah menyikapi pergeseran di atas dengan diversifikasi bisnis. Penyedia layanan pos tidak hanya menjadi penyalur untuk proses komunikasi, tetapi juga penyedia jasa

distribusi yang lebih terdiversifikasi melalui layanan paket, logistik, dan transaksi keuangan.

Di Indonesia, industri pos juga telah mengalami perubahan. Hal ini ditandai antara lain oleh menurunnya volume pengiriman surat domestik dan perubahan regulasi pemerintah. Penurunan volume surat mencerminkan pergeseran preferensi masyarakat dalam menggunakan media komunikasi. Di lain pihak, perubahan regulasi pemerintah di bidang pos menyebabkan persaingan antar penyelenggara pos di Indonesia. Oleh karena itu, penyelenggara pos di Indonesia diharapkan dapat merespon dan menyesuaikan diri berkaitan dengan adanya perubahan di atas.

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di PT Pos Indonesia adalah mengukur tingkat kepuasan pelayanan. salah satu model yang dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan metode *Fuzzy Servqual (Service Quality)*. Metode *Fuzzy Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Menurut Harto (2015:20) “mengemukakan bahwa dalam rangka upaya meningkatkan kualitas pelayanan di bengkel resmi Bajaj, maka dilakukanlah penelitian terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di bengkel resmi Bajaj Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebagai pengguna jasa pelayanan *service*, dalam hal ini untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan metode *Servqual (Service Quality)*. Di dapatkan hasil bahwa rata-rata penilaian pelanggan terhadap tingkat kualitas pelayanan bengkel selama ini bernilai *SEDANG*, artinya pihak bengkel perlu melakukan perbaikan di beberapa atribut pelayanan”.

Berdasarkan uraian ringkas mengenai gambaran umum tentang pelayanan, maka penulis mengambil penelitian di PT Pos Indonesia Jakarta dengan judul

“Analisa Kepuasan Customer Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan ditangani yaitu tentang:

1. Seberapa besar pengaruh kinerja atau persepsi terhadap kualitas pelayanan customer pada PT Pos Indonesia?
2. Menguji tingkat harapan atau ekspektasi dalam berhuni terhadap dimensi-dimensi pelayanan pada PT Pos Indonesia ?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer di PT Pos Indonesia menggunakan metode *Fuzzy Servqual (Service Quality)*.

Tujuan dari dibuatnya skripsi ini adalah meningkatkan pelayanan terhadap customer di PT Pos Indonesia dan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa semester akhir untuk program strata satu (S1) Jurusan Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri (STM IK Nusa Mandiri) Jakarta.

1.4 Metode Penelitian

Untuk membuat penulisan skripsi ini, penulis memerlukan sejumlah data sebagai bahan-bahan masukan yang mampu mendukung penulisan skripsi ini.

Data-data tersebut diperoleh dari:

A. Observasi

Pada metode ini penulis melakukan pengamatan langsung (observasi) yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem. Penulis melakukan pengamatan dan penelitian secara langsung serta mengajukan kuisioner yang diberikan kepada beberapa customer di PT Pos indoneisa sedang menikmati pelayanan yang telah diberikan.

B. Wawancara

Pada metode ini penulis melakukan wawancara langsung dengan cara tanya jawab dan bertatap muka langsung dengan Bp. Dwijo Syahputra yang sedang bertugas di PT Pos Indonesia tersebut mengenai *Sequence of Service* yang menjadi dasar pemberian pelayanan terhadap semua customer di PT Pos Indonesia.

C. Studi Pustaka

Pada metode ini penulis mengumpulkan data dari berbagai buku tentang metode penelitian Manajemen, Manajemen Kualitas Jasa dan *Fuzzy Servqual (Service Quality)* sebagai bahan referensi.

1.5. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Penelitian dilakukan di PT Pos Indonesia yang terletak di Jl. Lapangan Banteng Utara Jakarta Pusat, 10000. Responden penelitian ini adalah customer yang sedang mengirim surat menyurat di kantor pos Jakarta, baik laki-laki maupun perempuan yang dinilai mampu memberikan penilaian terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan. Dimensi yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), simpati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*). Pengguna metode *Fuzzy Servqual* hanya sampai pada tahap perencanaan kualitas pelayanan customer.

1.6. Hipotesis

Untuk rumusan masalah diatas, maka hipotesisnya adalah :

H₀ = Tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kualitas kepuasan pelayanan, seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible* terhadap kepuasan customer di PT Pos Indonesia.

H₁ = Terdapat pengaruh signifikan terhadap kualitas kepuasan pelayanan, seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible* terhadap kepuasan customer di PT Pos Indonesia.

B A B II

L A N D A S A N T E O R I

2.1 Tinjauan pustaka

Pada tinjauan pustaka ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelayanan pelanggan pada PT Pos Indonesia. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi pelanggan, melalui kualitas pelayanan menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap pelanggan. Pelayanan di nilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif.

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Globalisasi perdagangan dan investasi dunia yang ditunjang dengan kemajuan dibidang pengetahuan, ilmu dan teknologi (IPTEK), khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi, nampaknya membuat dunia ini menjadi seperti tanpa batas teritorial. Dampak lain dari era globalisasi anatara lain berbentuk meningkatnya tuntutan masyarakat akan transparansi pengolahan, kualitas produk atau jasa (pelayanan). Khususnya untuk kualitas produk atau jasa pelayanan yang diberikan atau ditawarkan oleh organisasi (swasta maupun pemerintah) kepada

masyarakat saat ini dianggap menjadi salah satu *competitive advantage* (keunggulan kompetitif) yang penting bagi kelangsungan dan perkembangan organisasi.

Sehingga dapat dikatakan disini bahwa pada era globalisasi ini pemikiran ilmuan dan praktisi tertuju pada bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas baik, efektif, dan efisien serta bagaimana mengembangkan strategi pelayanan yang baik kepada masyarakat umum. Pelayanan yang berkualitas, efisien, efektif disini dimaksudkan sebagai pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan (masyarakat), hemat waktu, tenaga, dan biaya serta waktu dan tepat sasaran. Kualitas layanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia.

Dari definisi diatas maka kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai salah satu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disertai dengan ketetapan dalam penyampaian, sehingga terciptanya kesesuaian yang seimbang.

Para pimpinan dan staf organisasi harus mengetahui dan memahami dengan sungguh-sungguh apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan dan juga persepsi pelanggannya tentang kualitas pelayanan dari perusahaan yang berhubungan dengan pelayanan tersebut. Sebenarnya kualitas pelayanan dapat dikendalikan bila menemukan keseimbangan antara harapan dan persepsi.

Lim a kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. *Gap* Persepsi Manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai

harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

b. *Gap* spesifikasi Kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidak layakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

c. *Gap* penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*). Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor:

1. Ambisius peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manager tetapi memuaskan pelanggan.
2. Konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan menyakiti bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
3. Kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya.
4. Kesesuaian teknologi digunakan yang digunakan karyawan.
5. System pengendalian dari atas yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan.
6. *Perceived control*, yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.

7. *Teamwork*, yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
- d. *Gap Komunikasi pemasaran*, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Eksternal pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi antara pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena, tidak memadainya komunikasi horizontal, adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.
- e. *Gap dalam pelayanan yang dirasakan*, adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan. jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif, namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

2.1.2 Jasa

Definisi dari suatu yang dinamakan jasa menurut Harto (2015:21) mengemukakan bahwa “jasa adalah produk yang tak berwujud, yang berupa tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa, yang dapat dirasakan dan diam bila manfaatnya oleh pihak pengguna jasa”.

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)
3. *Variability* (keanekarupaan)
4. *Perishability* (tidak dapat tahan lama)

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. dalam hal ini penghuni memegang peranan cukup penting dalam mengukur tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menilai kualitas pelayanan. dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberi jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performasi (*performance*) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Oleh karena itu pelanggan atau pengguna jasa pelayanan ini harus diberi kepuasan. Untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat di era global, memuaskan pelanggan merupakan tujuan utama yang tidak dapat ditawarkan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya organisasi yang menyertai komitmennya terhadap faktor kepuasan pelanggan.

Kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai yang diberikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan. Semakin tinggi nilai yang diberikan maka semakin besar pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai respon terhadap ketidaksesuaian antar tingkat kepentingan sebelumnya dan tingkat aktual yang dirasakannya setelah pemakainya. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk

meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus tetap diperhatikan.

2.1.4 Logika Fuzzy

Menurut Kusumadewi dan Hari Purnomo (2010:1) Logika fuzzy merupakan salah satu komponen pembentuk *soft computing*. Logika fuzzy pertama kali diperkenalkan oleh prof. Lotfi A. Zadeh pada tahun 1965. Dasar logika fuzzy adalah teori himpunan fuzzy. Pada teori ini himpunan fuzzy, peranan derajat keanggotaan sebagai penentu keberadaan elemen dalam suatu himpunan sangatlah penting. nilai keanggotaan atau derajat keanggotaan atau *membership function* menjadi ciri utama dari penalaran dengan logika fuzzy tersebut.

Dalam banyak hal, logika fuzzy digunakan sebagai suatu cara untuk memecahkan permasalahan dari *input* menuju *output* yang diharapkan.

Alasan digunakannya logika fuzzy menurut Kusumadewi (2010:2) ada beberapa alasan mengapa orang menggunakan logika fuzzy, antara lain :

1. Konsep logika fuzzy mudah dimengerti. karena logika fuzzy menggunakan Dasar teori himpunan, maka konsep matematis yang mendasari penalaran fuzzy tersebut cukup mudah dimengerti.
2. Logika fuzzy sangat fleksibel, artinya mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan, dan ketidakpastian yang menyertai permasalahan.
3. Logika fuzzy memiliki toleransi terhadap data yang tidak tepat. Jika diberikan sekelompok data yang cukup homogen, dan kemudian ada beberapa data yang “eksklusif”, maka logika fuzzy memiliki kemampuan untuk menangani data eksklusif tersebut.

4. Logika *fuzzy* mampu memodelkan fungsi-fungsi *nonlinear* yang sangat kompleks.
5. Logika *fuzzy* dapat membangun dan mengaplikasikan pengalaman-pengalaman para pakar sederhana tanpa harus melalui proses pelatihan. Dalam hal ini, sering dikenal dengan nama *Fuzzy Expert System* menjadi bagian terpenting.
6. Logika *fuzzy* dapat bekerjasama dengan teknik-teknik kendali secara konvensional. Hal ini umumnya terjadi pada aplikasi di bidang teknik mesin maupun teknik elektro.
7. Logika *fuzzy* didasarkan pada bahasa alami. Logika *fuzzy* menggunakan bahasa sehari-hari sehingga mudah dimengerti.

2.1.5 Himpunan *Fuzzy*

Menurut Kusumadewi dan Hari Purnomo (2010:7) himpunan *fuzzy* merupakan “suatu grup yang mewakili suatu kondisi atau keadaan tertentu dalam suatu variabel *fuzzy*” Himpunan *fuzzy* memiliki 2 atribut yaitu :

1. Linguistik

Yaitu penanaman suatu grup yang mewakili suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa alami, seperti : MUDA, PARUBAYA, TUA.

2. Numeris

Yaitu suatu nilai (angka) yang menunjukkan ukuran dari satu variabel seperti : 40, 25, 50, dsb.

Ada beberapa hal yang perlu diketahui dalam memahami sistem *fuzzy*, yaitu:

a. Variabel *fuzzy*

Variabel *fuzzy* merupakan variabel yang hendak dibahas dalam suatu sistem *fuzzy*.

b. Himpunan *fuzzy*

Himpunan *fuzzy* merupakan suatu grup yang mewakili suatu kondisi atau keadaan tertentu dalam suatu variabel *fuzzy*.

c. Semesta Pembicaraan

Semesta pembicaraan merupakan keseluruhan nilai yang diperbolehkan untuk dioperasikan dalam suatu variabel *fuzzy*.

Semesta pembicaraan merupakan himpunan bilangan positif maupun negatif. Adakalanya nilai semesta pembicaraan ini tidak dibatasi batas atasannya.

d. Domain

Domain himpunan *fuzzy* adalah keseluruhan nilai yang diizinkan dalam semesta pembicara dan boleh dioperasikan dalam suatu himpunan *fuzzy*. Seperti halnya semesta pembicaraan, domain merupakan himpunan bilangan real yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan. Nilai domain dapat berupa bilangan positif maupun negatif.

2.1.6 Metode *Servqual* (Service Quality)

Menurut Fitzsimmons (2014:166) mengemukakan bahwa “*Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan

atas layanan yang sesungguhnya diharapkan”. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan kurang bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan maka layanan memuaskan. Metode *service quality* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan gap yang terjadi antara layanan yang diterima dan harapan pelanggan.

Berdasarkan konsep dari definisi Kualitas layanan dan dimensi-dimensi kualitas layanan, maka menurut Harto (2015:20) “Mengemukakan untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan metode *servqual (service quality)*, pendekatan, *fuzzy servqual* memungkinkan untuk merepresentasikan ketidakpastian yang berhubungan dengan kesamaran, seperti informasi mengenai elemen tertentu dari problem yang dihadapi, seperti kepuasan pelanggan, tingkat persepsi, harapan. *Servqual* terdiri dua bagian, yaitu:

1. Bagian Ekspektasi

Berisi pertanyaan untuk mengetahui harapan dari pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:41) menyatakan bahwa “Sebelum membeli produk atau jasa, pelanggan tentunya mempunyai harapan dalam dirinya dan inilah harapan yang dijadikan sebagai standart untuk menilai kualitas layanan dari perusahaan”.

2. Bagian Persepsi

Berisi pertanyaan yang sama seperti bagian harapan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:34) mengatakan bahwa “Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan dari luar, yang diterimanya ke dalam suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya”.

Setiap pertanyaan yang baik pada bagian ekspektasi maupun persepsi diukur skala yang terdiri dari tujuh derajat kepentingan, mulai dari angka 1 (sangat tidak setuju) sampai angka 5 (sangat setuju sekali). Responden harus memberikan suatu penilaian saja untuk setiap pertanyaan dengan cara diantara kelima angka tersebut.

Langkah-langkah selanjutnya adalah memberi penilaian pada masing-masing bagian, baik bagian harapan maupun bagian persepsi yang dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Hasil penilaian responden kemudian dihitungnya selisihnya, untuk mengetahui nilai *servqualnya*. Dari hasil perhitungan tersebut ada tiga kemungkinan, yaitu :

- a. Jika positif (+), berarti harapan pelanggan atau terlampaui yang menunjukkan semakin baik kualitas perusahaan tersebut di mata pelanggan atau penghuni.
- b. Jika nol (0), berarti harapan pelanggan atau terpenuhi.
- c. Jika negative (-), berarti perusahaan tersebut masih belum mampu memenuhi harapan pelanggan.

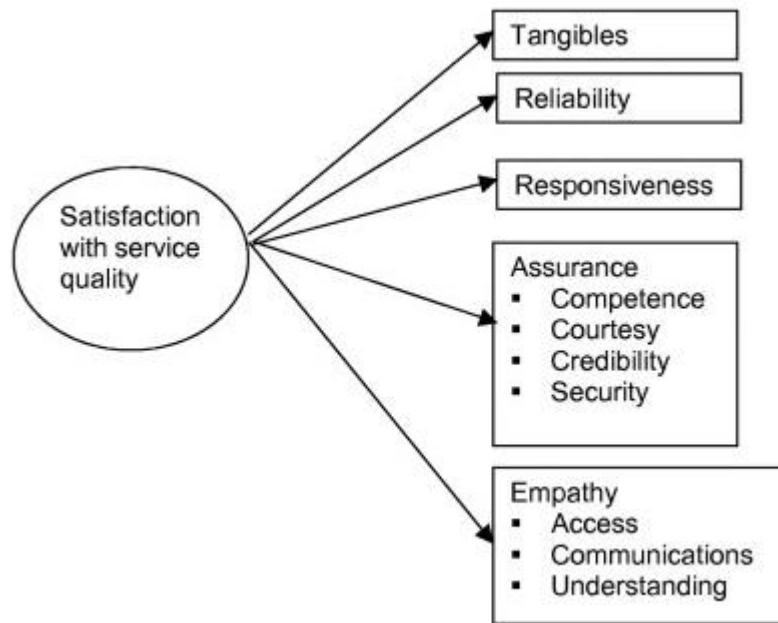
2.1.7 Dimensi-dimensi Kualitas Layanan

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam (2011:155) mengemukakan bahwa terdapat sepuluh dimensi *Servqual* yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (hal-hal nyata secara fisik). Misal lantai, seragam karyawan, tata letak barang, dan interior.
2. *Reliability* (konsistensi, keandalan). Misal janji yang ditepati, mutu, kebersihan produk, jam buka, dan karyawan bekerja tidak sambil mengobrol.
3. *Responsiveness* (tanggap, tanggung jawab). Misal respon karyawan yang cepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.
4. *Competence* (cakap, ahli, terampil). Misal karyawan terampil dalam bekerja, menguasai pengetahuan produk.
5. *Credibility* (dipercaya). Misal kejujuran dan dapat dipercaya.
6. *Courtesy* (rasa hormat). Misal kesopanan karyawan.
7. *Security* (keamanan). Misal pelanggan merasa bebas dari bahaya, risiko atau keraguan, merasa aman secara fisik dan finansial.
8. *Access* (mudah dicapai, dihubungi). Misal karyawan mudah ditelepon, manajer mudah ditemui, pelanggan tidak menunggu lama.
9. *Communication* (komunikasi). Misal bahasa yang dapat dimengerti dan informasi yang disampaikan tepat.
10. *Understanding the pelanggan* (mengerti pelanggan). Misal karyawan memahami kebutuhan dan hal-hal yang berkaitan dengan keinginan pribadi pelanggan.

Dimensi layanan diatas diringkas menjadi lima dimensi yang dipakai untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menurut Parasuraman et al dalam Kotler dan Keller (2009:56), yaitu:

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



Gambar II.1 Conceptual model of the SERVQUAL instrument

2.1.8 Statistical package for social science (SPSS)

SPSS merupakan sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data lingkungan grafis. SPSS sebagai *software statistic* pertama kali dibuat pada tahun 1968 oleh tiga mahasiswa *Standford University* yakni Norman H. Nie, C. Hadlai Hull dan Dale H. Bent. Saat ini *software* dioperasikan pada komputer *mainframe*.

Pada tahun 1984 SPSS pertama kali muncul dengan versi PC (bisa dipakai untuk komputer desktop) dengan nama SPSS atau PC, dan sejalan dengan mulai populernya sistem operasi windows, SPSS pada tahun 1992 juga mengeluarkan versi windows. Hal ini membuat SPSS yang tadinya ditunjukan bagi pengolahan

data statistic untuk ilmu sosial, sekarang sudah meluas ke data mining dan *predictive analytic*.

2.2 Penelitian Terkait

Menurut Djunaidi et al (2006:146) Semakin ketatnya persaingan serta pelanggan yang semakin selektif dan berpengetahuan mengharuskan Puskesmas Kerjo Karanganyar untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Hal tersebut mensyaratkan adanya pengetahuan tentang kondisi pelayanan selama ini, yaitu telah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum dengan itu tingkat kualitas pelayanan di Puskesmas Kerjo Karanganyar secara keseluruhan masih belum memenuhi harapan pelanggan. Bahwa metode *service quality (servqual)* sifatnya untuk menemukan, mengukur, menganalisa determinan dari kualitas layanan, untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak Puskesmas Kerjo Karanganyar masih perlu meningkatkan kinerja termasuk kualitas pelayanannya.

Menurut Suparman dan Sakuri dahlan (2015:33) Kepuasan pelanggan suatu layanan yang harus ditingkatkan sepanjang waktu, tuntutan para pelanggan yang selalu berharap pelayanan optimal dari para penyedia jasa dengan menciptakan persepsi kepuasan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan pelanggan perlu adanya evaluasi dan analisis terhadap kepuasan pelanggan akan jasa atau pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos diawali dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 99 responden/pelanggan aktif, atribut kuesioner terdiri dari 19 atribut pernyataan pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap cabang Maos yang terbagi atas persepsi dan harapan pelanggan. Penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dengan mengidentifikasi variabel – variable kinerja/persepsi dan harapan/ekspektasi pelanggan tingkat kepentingan pelanggan terhadap dimensi pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap cabang Maos. Hasil analisis diketahui variabel yang perlu mengalami perbaikan dengan metode Servqual yang terdiri dari 19 variabel dengan 5 dimensi yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) dengan hasil nilai variabel 18 negatif, 1 nilai nol dan kepuasan sedangkan variabel yang lain pelanggan belum memperoleh kepuasan. Dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan kesehatan perlu dijaga kualitas pelayanan salah satunya dengan melakukan survei kepuasan pelanggan, dari hasil survei kepuasan pelanggan yang dilakukan terhadap pengunjung dilihat dari kesenjangan harapan dan persepsi terhadap mutu pelayanan. Dari hasil perhitungan *defuzzyfikasi* per kriteria dan per dimensi, yang memiliki nilai servqual tertinggi adalah Tangibles (meliputi fasilitas yang tersedia belum lengkap dan memadai, alat yang digunakan belum menggunakan teknologi terbaru (mutakhir),

dan ruang radiologi (ruang tunggu) yang belum nyaman) dan menjadi prioritas untuk diperbaiki dalam peningkatan kualitas pelayanan, berarti apa yang diharapkan pelanggan (pasien) belum sepenuhnya sesuai dengan apa yang diperoleh pelanggan (pasien) di Instalasi Radiologi RS Panembahan Senopati Bantul.

2.3 Tinjauan Organisasi atau Objek Penelitian

2.3.1 Sejarah Organisasi atau Objek Penelitian

Pos Indonesia adalah salah satu nama besar yang sudah lama dikenal di dunia jasa pengiriman di Indonesia. Kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Selama 17 tahun berstatus Perum (perusahaan milik negara), maka pada Juni 1995 Pos Indonesia berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

PT Pos Indonesia (Persero) adalah badan usaha milik negara yang bergerak di bidang pos. Sebelumnya, Pos Indonesia adalah satu-satunya pelaku dalam industri pos di Indonesia hingga disahkannya Undang-undang No. 38 tahun 2009.

Undang-undang ini memberikan keleluasan bagi penyelenggara pos, dengan memberikan kesempatan kepada badan usaha dan koperasi untuk melakukan kegiatan pos di Indonesia. Oleh karena itu, Pos Indonesia diharapkan mampu meningkatkan daya saing perusahaan.

Volume layanan pengiriman surat Pos Indonesia terus menurun selama lima tahun terakhir yang didorong oleh turunnya volume surat dengan rata-rata penurunan sampai dengan 14% selama lima tahun terakhir. Dalam kurun waktu 2007 hingga 2011, volume layanan pengiriman paket mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan 4% per tahun. Akan tetapi, volume pengiriman paket tahun 2011 menunjukkan perbaikan dengan tingkat pertumbuhan 37% dibandingkan tahun sebelumnya dan berlangsung sampai dengan saat ini. Pertumbuhan ini diharapkan dapat terus berlanjut seiring dengan meningkatnya penggunaan belanja secara online dan pertumbuhan bisnis UKM.

Data dari lembaga riset ICD memprediksi bahwa pasar *e-commerce* di Indonesia akan tumbuh 42% dari tahun 2012-2015. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%), dan Filipina (28%). Tentulah nilai sebesar ini sangat menggoda bagi sebagian investor, baik dalam maupun luar negeri. Beberapa VC (*Venture Capital*) besar seperti Rocket Internet, CyberAgent, East Ventures, dan IdeoSource bahkan sudah menanamkan modal ke perusahaan *e-commerce* yang berbasis di Indonesia. (startupbisnis.com, 2014).

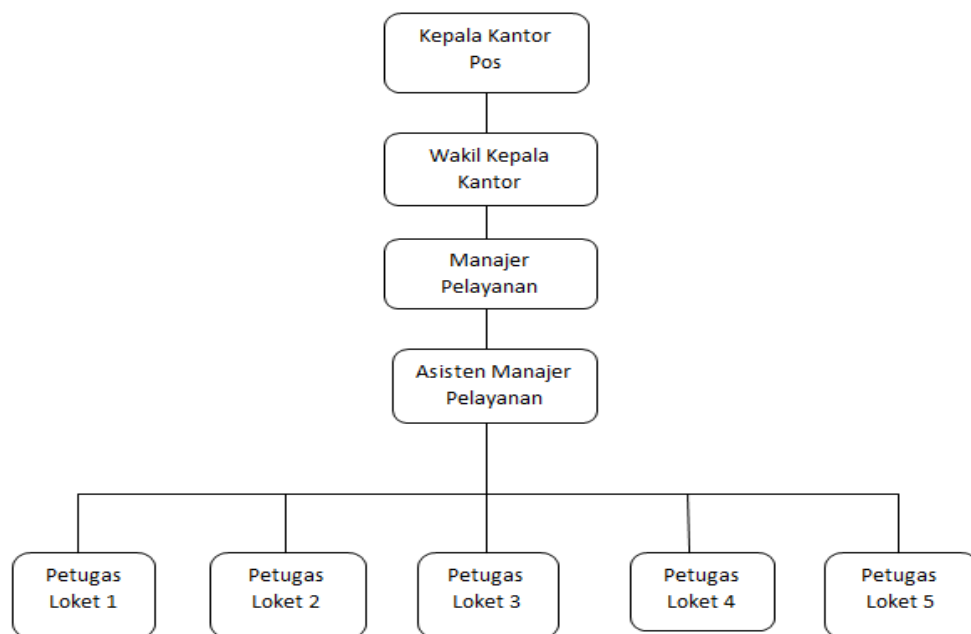
2.3.2 Visi dan Misi PT Pos Indonesia

Visi adalah apa yang perusahaan atau organisasi inginkan di masa depan, Yaitu menjadi raksasa logistik pos dari timur (*To Be Postal Logistic Giant from The East*)

Sedangkan misi dijelaskan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan atau organisasi dalam usahanya mewujudkan visi. Adapun misi dari PT Pos sebagai berikut :

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

2.3.3 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia.



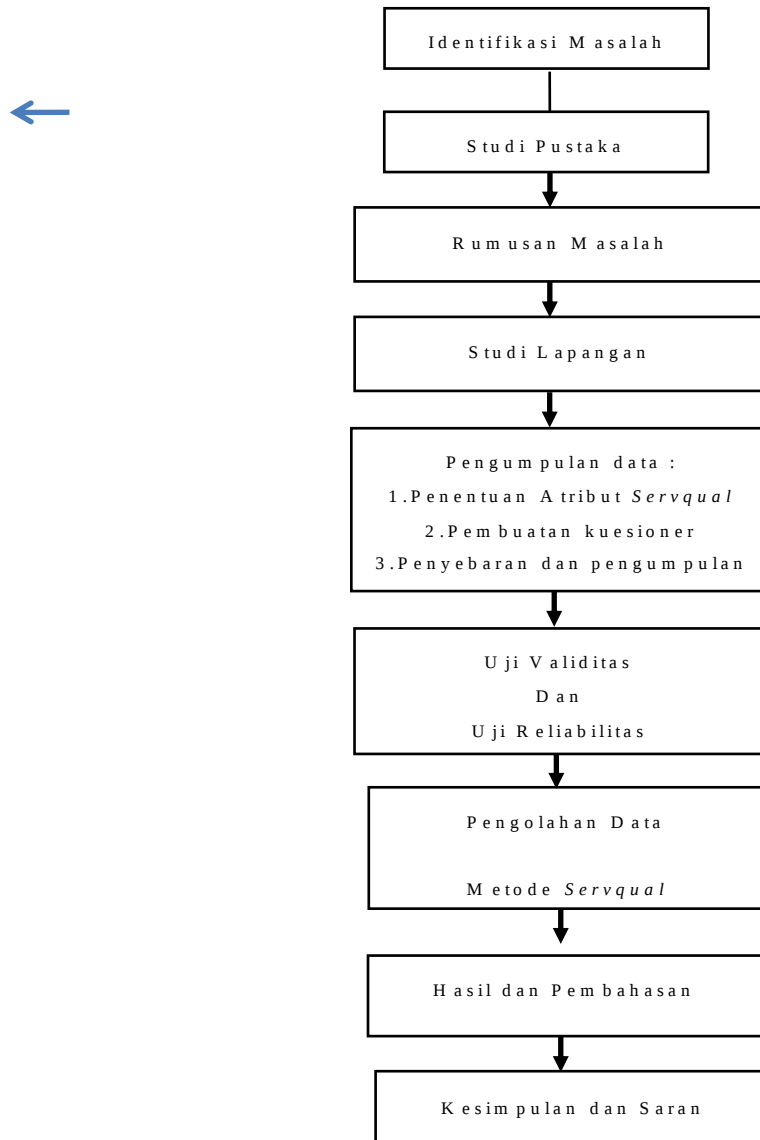
Sumber: Dokumen PT Pos Indonesia

Gambar II.2 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia

B A B III

M E T O D E L O G I P E N E L I T I A N

3.1. Tahapan Penelitian



Sumber: Data Primer (2017)

Gambar III.1 Skema Tahapan Penelitian

Berikut adalah keterangan dari Skema Tahapan penelitian, yaitu :

1. Identifikasi Masalah

Melakukan identifikasi tentang pelayanan terhadap pelanggan Kantorpos yang penting untuk diperhatikan.

2. Studi Literatur

Tahapan ini adalah melakukan pengumpulan bahan literatur dan informasi berkaitan dengan judul penelitian.

3. Studi Pustaka

Dilakukan untuk memperdalam teori maupun metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Teori dari informasi yang dibutuhkan diperoleh dari jurnal, buku, catatan dan literatur lainnya.

4. Rumusan Masalah

Membahas sampai mana tingkat kepuasan pelanggan Kantorpos dalam segi ekspektasi maupun kinerja, kemudian dilakukan pemikiran yang mendalam untuk menentukan metode yang akan digunakan untuk memecahkan masalah.

5. Studi Lapangan

Melakukan pencarian sumber data kepada para pelanggan Kantorpos yang datang bertransaksi di Kantorpos.

6. Pengumpulan Data

Menyebarkan kuesioner kepada pelanggan pos. Hal ini dilakukan bersamaan dengan studi lapangan untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga.

7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tahap ini dilakukan untuk menentukan valid dan reliable atau tidaknya suatu data. Karena jika data tidak valid dan reliable, maka hasil penelitian tidak akan akurat.

a. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (test) dalam melakukan fungsi ukurnya. Apabila data tidak valid, maka perlu ditinjau ulang pada penyusunan kuesioner.

Validitas dihitung dengan rumus korelasi *pearson product moment* :

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi *pearson product moment*

n = Jumlah responden (sampel)

X = Nilai skor pada masing-masing pertanyaan

Y = Total nilai skor untuk keseluruhan pertanyaan

Data bisa dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Adalah pengujian reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana kestabilan dan konsistensi *instrument* dalam mengukur konsep, selain itu pengujian reliabilitas dilakukan untuk membantu menetapkan kesesuaian pengukur. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = Banyaknya jumlah butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varian butir atau item

σ_t^2 = Varian total

8. Pengolahan Data Metode *Servqual* (*Service Quality*)

Pengolahan data dilakukan untuk mendapatkan jumlah sampel minimal sudah mencukupi atau belum. Jika belum cukup, maka kembali ke tahap penyebaran kuesioner.

9. Hasil dan Pembahasan

Tahap selanjutnya adalah data yang valid dan reliabel akan di analisis ke tahap yang lebih mendalam guna mendapatkan hasil yang akurat dan sesuai dengan keadaan aslinya.

10. Kesimpulan dan Saran

Langkah akhir dari penelitian ini adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, serta memberikan saran-saran yang dapat dijadikan acuan kepada management PT Pos Indonesia maupun pihak lain yang membutuhkan.

3.2 Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati (Sugiyono, 2010:102). Instrument

dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, digunakan untuk membantu proses pengumpulan data yang digunakan untuk pengolahan data. Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui kualitas kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada PT Pos Indonesia yaitu 25 butir, butir soal pertanyaan digunakan untuk mengetahui seberapa tingkat kualitas kinerja dan harapan terhadap kepuasan pelayanan pada PT Pos Indonesia. Instrumen penelitian memegang peranan penting karena berfungsi mengungkapkan fakta menjadi data, sehingga jika instrumen penelitian mempunyai kualitas yang memadai maka data yang diperoleh akan sesuai dengan fakta atau keadaan sesungguhnya dilapangan.

Adapun instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu responden hanya memilih jawaban yang telah tersedia yang merupakan cocok untuk menentukan pendapat terhadap kualitas pelayanan yang tersedia di PT.Pos indonesia.

3.2.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan Instrumen kuesioner yang dibuat dengan menggunakan *closed question*. Dengan menggunakan *closed question*, responden dengan cepat dan mudah menjawab kuesioner, sehingga data dari kuesioner dapat dengan cepat dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono (2010:60) mengemukakan “Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.” Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2010:61) “Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terkait, karena adanya variabel bebas.” Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan atau kinerja terhadap pelayanan di PT Pos Indonesia yang dibandingkan dengan (Y).

2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2010:61) “Variabel ini sering disebut sebagai *stimulus*, *Prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait).”

. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Ukuran harapan (*expectation*)
- b. Ukuran persepsi terhadap kualitas pelayanan (*Performance*).

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala 5 alternatif pilihan (skala likert). Untuk kategori harapan atau *expectation* diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Penting
2. Tidak Penting

3. Cukup Penting

4. Penting

5. Sangat Penting

Sedangkan kategori persepsi terhadap kualitas pelayanan dan terhadap kualitas produk diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Puas

2. Tidak Puas

3. Cukup Puas

4. Puas

5. Sangat Puas

Alasan digunakan skala likert karena skala likert memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe yang lain, yaitu selain relatif mudah juga tercermin dalam keragaman skor (*Variability of score*) sebagai pengguna skala 1 sampai 10. Pada umumnya skala likert digunakan untuk mengukur sikap atau respon seseorang terhadap suatu objek. Hal ini dikarenakan selain praktis, skala likert yang dirancang dengan baik pada umumnya memiliki reliabilitas yang memuaskan. Berdasarkan pandangan statistik, skala dengan dua tingkat, yaitu ya atau tidak. Pengukuran tingkat kepuasan PT Pos Indonesia terhadap kualitas pelayanan pada pelanggan berdasarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert diatas maka akan diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia saat ini.

Berikut ini indikator dari variabel-variabel penelitian yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner.

Tabel III.1

Kisi-kisi Variabel Penelitian

Variabel Pertanyaan Kualitas Pelayanan	Jumlah Item	Variabel Indikator
<i>Tangible</i>		
Bangunan dan ruangan Kantorpos yang bersih dan nyaman	1	V 1
Fasilitas Kantorpos yang lengkap	1	V 2
Petugas loket Kantorpos berpakaian rapih dan bersih	1	V 3
Tempat parkir yang luas	1	V 4
Lokasi Kantor pos yang strategis	1	V 5
<i>Reliability</i>		
Kemampuan petugas Kantorpos terhadap layanan	1	V 6
Tepat waktu dalam pengiriman dan penerimaan barang	1	V 7
Memberikan kenyamanan terhadap pelayanan	1	V 8
Sikap petugas Kantorpos memberikan kepercayaan terhadap pelanggan	1	V 9
Petugas Kantorpos melayani keinginan pelanggan	1	V 10
<i>Responsiveness</i>		
Melayani sesuai yang diinginkan pelanggan	1	V 11
Memberikan informasi yang akurat	1	V 12
Selalu memberikan bantuan keluhan pada pelayanan	1	V 13
Petugas dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik	1	V 14
Bersedia menanggapi permintaan pelanggan	1	V 15
<i>Assurance</i>		
Memberikan keamanan barang pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman pos	1	V 16
Keramahan dan kesopanan petugas kepada pelanggan	1	V 17
Memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan	1	V 18
Kemampuan untuk menjawab pertanyaan	1	V 19
Petugas terampil dalam menangani pelanggan	1	V 20
<i>Empathy</i>		
Bertutur sapa dan bertutur kata dengan baik	1	V 21
Memberikan solusi terhadap keluhan kepada pelanggan	1	V 22
Mengutamakan kepentingan pelanggan	1	V 23
Jam pelayanan Kantorpos sesuai kebutuhan pelanggan	1	V 24
Memiliki rasa pengertian akan kebutuhan pelanggan	1	V 25

Hasil Kuesioner berupa data, akan disimpan dalam format *excel* dan langsung dapat digunakan sebagai data mentah untuk dianalisa dengan menggunakan *software* SPSS (*Stastical package for sosial science*) 16.0.

3.3 Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Pengumpulan Data

Pada tahap ini, pengumpulan data dilakukan yang terkait dengan pelayanan pada PT Pos Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Sebelum melakukan pengumpulan data yang lebih mendalam, peneliti melakukan penelusuran terlebih dahulu untuk memperoleh gambaran umum tentang situasi teliti sebagai sumber data kunci (*key person*) adalah semua pihak yang terlibat dalam memberikan pelayanan pada PT.Pos Indonesia sedang bekerja pada saat itu. Melalui penelusuran ini, peneliti dapat memperoleh gambaran umum tentang perusahaan khususnya yang terkait dengan pelayanan yang di berikan pada PT Pos Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data ini masih berupa dokumentasi dan pendapat manager.

Selanjutnya, data-data tersebut diolah menjadi kuesioner yang akan diberikan kepada pelanggan PT Pos Indonesia untuk melihat umpan yang baik dan menyimpulkan apakah data yang didapat dari internal PT Pos Indonesia sama seperti apa yang dirasakan oleh para pelanggan PT Pos Indonesia . Dari ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada fasilitas dan kinerja yang ada pada PT Pos Indonesia. Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan metode sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan cara :

a) Observasi

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan.

b) Wawancara

Suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang bersangkutan dalam organisasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan materi pembahasan.

c) Angket (Kuesioner)

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada beberapa responden pelanggan PT Pos Indonesia. Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala likert dengan 1 sampai dengan 5. Skor 1 sampai dengan 5 digunakan peneliti karena lebih sederhana dan memiliki nilai tengah yang digunakan untuk menjelaskan keragu-raguan atau *netral* dalam memilih jawaban oleh karena itu skala Likert ini lazim digunakan di Indonesia untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang. Untuk dianalisis *servqual* maka jawaban itu dapat diberi skor yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel III.2

Skala Likert pada Harapan atau Ekspektasi

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Penting	1
Tidak penting	2
Cukup Penting	3
Penting	4
Sangat Penting	5

Tabel III.3

Skala Likert pada Kinerja atau Persepsi

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Puas	1
Tidak puas	2
Cukup Puas	3
Puas	4
Sangat Puas	5

d) Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literature-literature, mengumpulkan dokumen, arsip maupun catatan penting organisasi yang ada hubungannya dengan permasalahan penulisan skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali. Studi pustaka juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data data lain yang tidak terformulasi dalam kuesioner. Studi pustaka juga digunakan untuk melengkapi data-data yang sudah terkumpul melalui kuesioner

2. Metode pengumpulan data

yang dipakai dalam penelitian ada dua macam yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer ialah data yang langsung dikumpulkan atau diperoleh dari sumber pertama yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dicatat. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah closed ended questions, yaitu bentuk pertanyaan dengan berbagai alternative jawaban bagi responden.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang lain sebagai data untuk melengkapi data primer yang telah tersusun rapi kedalam bentuk dokumen-dokumen tertulis yang berkaitan dengan penelitian kajian penelitian, data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa *hand book* atau jurnal nasional yang ada hubungannya dengan pembahasan penulisan.

3.3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:119) “ Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”, Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Jadi populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang di PT Pos Indonesia.

Menurut Sugiyono (2012:120) “ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”, Keuntungan menggunakan sampel antara lain:

1. Memudahkan penelitian untuk jumlah sampel sedikit dibandingkan dengan menggunakan populasi dan apabila populasinya lebih besar dikhawatirkan akan terlewat.
2. Penelitian lebih efisien (dalam arti penghematan uang, waktu, dan tenaga).
3. Lebih teliti dan cermat dalam pengumpulan data.
4. Penelitian lebih efektif, jika penelitian bersifat destruktif (merusak) yang menggunakan spesimen akan hemat dan bisa dijangkau tanpa merusak semua bahan yang ada serta bisa digunakan untuk menjangkau populasi yang jumlahnya banyak.

Populasi yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini untuk pelanggan yang melakukan transaksi surat menyurat ataupun mengirim paket . Pelanggan tersebut dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. *Survey* yang telah dilakukan demi pengumpulan data penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden.

Berdasarkan populasi pelanggan yang melakukan transaksi surat menyurat di PT Pos Indonesia, maka jumlah pelanggan yang datang di PT Pos Indonesia dalam 1 bulan sekitar 500 pelanggan.. Dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan ukuran jumlah sampelnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\
 &= \frac{500}{1 + 500 (0,1)^2} \\
 &= 100 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Error (kesalahan) 10 %

Jadi, Jumlah sampel harus dibulatkan menjadi 100 responden untuk menyebarkan kuesioner kepada pelanggan pada PT Pos Indonesia

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel bisa disebut juga dengan teknik sampling.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi dua macam teknik pengambilan sampel yang umum dilakukan yaitu :

1. Pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*), yaitu teknik sampel yang digunakan untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, yang tergolong teknik *Probability Sampling*, yaitu :

a. *Simple Random Sampling*

Adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata dalam anggota

populasi tersebut. Hal ini dapat dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen.

b. *Stratified Random Sampling*

Adalah pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proporsional, dilakukan sampling ini apabila anggota populasinya heterogen.

c. *Area Sampling* (Sampling daerah atau wilayah)

Adalah teknik yang dilakukan dengan cara mengambil wakil dari setiap wilayah geografis yang ada.

2. *Non-probability sampling* yaitu teknik sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel teknik non-probability sampling antara lain :

a. *Quota Sampling*, yaitu teknik dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang dikehendaki atau pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan dari peneliti.

b. *Purposive Sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.

c. *Sampling Aksidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan karakteristiknya maka orang tersebut dapat digunakan sampelnya.

d. *Snow ball* yaitu teknik sampling yang semula berjumlah kecil kemudian anggota sampel mengajak para sahabatnya untuk dijadikan

sampel dan seterusnya sehingga jumlah sampel semakin besar jumlahnya.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis *Fuzzy Servqual (Service quality)*, untuk melihat seberapa jauh perbedaan antara harapan atau ekspektasi dan kinerja atau persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka rasakan di PT Pos Indonesia

1. Metode *Service Quality (Servqual)*

Pengukuran kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia dalam model *servqual (Service Quality)* didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan ada lima dimensi utama dan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan PT Pos Indonesia, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama *servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy)*. Kesebelas dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam masing-masing pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan yang disusun dalam pertanyaan-pertanyaan berdasarkan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Data yang diperoleh melalui instrumen *servqual* dapat digunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas pelayanan pada berbagai level, sebagai berikut :

- a. *Item-by-item analysis*, misalnya: $P1-H1$, $P2-H2$, dan seterusnya.
- b. *Dimension-by-dimension analysis*, contohnya $(P1 + P2 + P3 + P4/4) - (H1 + H2 + H3 + H4/4)$, dimana $P1$ dan $P4$ dan $H1$ dan $H4$ berkaitan dengan dimensi tertentu.

- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas pelayanan atau *gap servqual*, yaitu
- $$(P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_{22}/22) - (H_1 + H_2 + H_3 + \dots + H_{22}/22).$$

2. *Statistical Package For Social Science (SPSS)*

SPSS merupakan salah satu program komputer yang khusus dibuat untuk mengolah data dengan metode statistik. SPSS versi 16.0 sebagai *software* statistik pertama kali dibuat tahun 1968 oleh tiga mahasiswa *Stanford University*, yakni Norman H.Nie, C.Hadlai Hull, dan Dale H.Bent. Saat ini *software* dioperasikan pada komputer *mainframe*. Versi Windows. Hal ini membuat SPSS yang tadinya diunjukan bagi pengolahan data statistik untuk ilmu sosial, sekarang sudah meluas ke data mining dan *predictive analytic*.

Pada tahun 1984 SPSS pertama kali muncul dengan versi PC (bisa dipakai untuk komputer desktop) dengan nama SPSS atau PC, dan sejalan dengan mulai populernya sistem operasi windows, SPSS pada tahun 1992 juga mengeluarkan versi windows.

B A B IV

H A S I L P E N E L I T I A N D A N P E M B A H A S A N

4.1 D e s k r i p s i D a t a P e n e l i t i a n

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan di PT Pos Indonesia.

Respon pada penelitian ini berjumlah 100 orang pelanggan yang datang melakukan transaksi ke Kantorpos. Beberapa pengujian yang akan dilakukan yaitu uji validitas, realibilitas data, dan metode servqual (*service quality*). Untuk selengkapnya akan dijabarkan pada pembahasan sebagai berikut:

4.1.1 G a m b a r a n U m u m R e s p o n d e n

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa responden adalah orang yang menikmati pelayanan yang ada di Kantorpos, dari seluruh jumlah kuesioner diperoleh 100 responden yang digunakan untuk analisis data. Sebelumnya membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran dari responden yang berisi tentang nama, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan akhir, pekerjaan, lamanya menjadi pelanggan di Kantorpos pada responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua informasi

mengenai hasil penelitian dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil distribusi kuesioner yang diperoleh kembali. Distribusi hasil penelitian ini disajikan sebagai berikut :

Dari kuesioner yang telah terisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden.

1. Nama Responden

Nama Responden disini merupakan sebagai identitas paling utama untuk mengetahui yang mengisi kuesioner.

2. Usia Responden

Usia responden juga akan mempengaruhi sifat dan tindakan seseorang pada kepuasan terhadap pelayanan. Frekuensi usia responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.1

Deskripsi Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
16-20 Tahun	10	10 %
21-30 Tahun	37	37 %
31-40 Tahun	31	31 %
41-50 Tahun	17	17 %
51-60 Tahun	5	5 %
Total	100	100 %

Sumber : Kuesioner Juli 2017

4. Jenis Kelamin Responden

Identitas pelengkap kuesioner untuk mengetahui jenis kelamin responden yang datang ke Kantorpos. Frekuensi jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel IV.2**Deskripsi Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	32	32 %
Wanita	68	68 %
Total	100	100 %

Sumber: Kuesioner Juli 2017

5. Pendidikan Responden

Pendidikan responden juga berpengaruh pada kepuasan pelayanan yang diterima. Frekuensi pendidikan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.3**Deskripsi Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	0	0 %
SMP	2	2 %
SMA	25	25 %
Diploma	11	11 %
Sarjana	27	27 %
Pasca Sarjana	35	35 %
Total	100	100 %

Sumber : Kuesioner Juli 2017

6. Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden juga berpengaruh pada kepuasan pelayanan yang diterima. Frekuensi pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.4

Deskripsi Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri	16	16 %
BUMN	17	17 %
Pegawai Swasta	24	24 %
Wiraswasta	25	25 %
Mahasiswa atau pelajar	12	12 %
Pensiunan	6	6 %
Total	100	100 %

Sumber : Kuesioner Juli 2017

7. Lamanya menjadi pelanggan Kantorpos

Lamanya status menjadi pelanggan responden sangat berpengaruh dalam identitas responden karena untuk mengetahui seberapa besar pelanggan untuk menikmati pelayanan yang ada di Kantorpos, frekuensi lamanya tinggal responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.5

Deskripsi Lamanya Tinggal Responden

Lamanya Tinggal	Jumlah	Persentase
01-05 Tahun	53	53 %
06-10 Tahun	31	31 %
11-15 Tahun	11	11 %
16 Tahun ke Atas	5	5 %
Total	100	100 %

Sumber : Kuesioner Juli 2017

4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas Data Responden

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada pengujian validitas perlu dilakukan terhadap hasil kuesioner sebelum diolah lebih lanjut, yang akan dilakukan adalah menghitung koefisien korelasi antara skor tiap atribut untuk setiap responden dengan skor total jawaban dari masing-masing responden yang telah mengisi kuesioner.

Hasil perhitungan dinyatakan korelasi *Pearson Product Moment* (koefisien korelasi skor item pertanyaan dengan nilai total) dimana korelasi ini mengukur ada atau tidaknya hubungan linier antar atribut. Jika salah satu atribut atau lebih tidak valid, maka tidak diikuti kembali pada perhitungan selanjutnya, uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0 .

Setelah dilakukan uji validitas untuk semua dimensi dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0, semua pernyataan diberikan kepada responden dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengolahan data selanjutnya. Berikut adalah uji validitas kuesioner harapan atau ekspektasi untuk setiap dimensi.

Dari hasil perhitungan didapat nilai korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel pada signifikansi 0,05 dan jumlah data adalah 100 kuesioner, maka didapat r tabel sebesar 0,195. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid, berikut ini hasil perhitungan uji validitas per dimensi data menggunakan SPSS 16.0 :

4.2.1.1 Harapan atau Ekspektasi

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.88	.327	100
X2	4.89	.314	100
X3	4.85	.359	100
X4	4.84	.368	100
X5	4.84	.368	100
TOTAL	24.30	.745	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.1

Descriptive Statistics Tangible Ekspektasi

Pada kolom *output descriptive statistics Tangible* Ekspektasi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 24.30 dengan *standar deviation* .745 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations						
	X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
X1						
Pearson Correlation	1	.067	.190	.007	.007	.564 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.509	.059	.947	.947	.000
Sum of Squares and Cross-products	10.560	.680	2.200	.080	.080	13.600
Covariance	.107	.007	.022	.001	.001	.137
N	100	100	100	100	100	100
X2						
Pearson Correlation	.067	1	-.058	.108	-.153	.401 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.509		.565	.284	.127	.000
Sum of Squares and Cross-products	.680	9.790	-.650	1.240	-1.760	9.300
Covariance	.007	.099	-.007	.013	-.018	.094
N	100	100	100	100	100	100
X3						
Pearson Correlation	.190	-.058	1	-.107	-.107	.434 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.059	.565		.290	.290	.000
Sum of Squares and Cross-products	2.200	-.650	12.750	-1.400	-1.400	11.500
Covariance	.022	-.007	.129	-.014	-.014	.116
N	100	100	100	100	100	100
X4						
Pearson Correlation	.007	.108	-.107	1	-.116	.434 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.947	.284	.290		.250	.000
Sum of Squares and Cross-products	.080	1.240	-1.400	13.440	-1.560	11.800
Covariance	.001	.013	-.014	.136	-.016	.119
N	100	100	100	100	100	100
X5						
Pearson Correlation	.007	-.153	-.107	-.116	1	.324 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.947	.127	.290	.250		.001
Sum of Squares and Cross-products	.080	-1.760	-1.400	-1.560	13.440	8.800
Covariance	.001	-.018	-.014	-.016	.136	.089
N	100	100	100	100	100	100
TOTAL						
Pearson Correlation	.564 ^{**}	.401 ^{**}	.434 ^{**}	.434 ^{**}	.324 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
Sum of Squares and Cross-products	13.600	9.300	11.500	11.800	8.800	55.000
Covariance	.137	.094	.116	.119	.089	.556
N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.2

Hasil Uji Validitas Olah data SPSS *Tangible* Ekspektasi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi *tangible* ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi *tangible* lebih besar dari pada *r* table. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.6

Rangkuman Uji Validitas *Tangible* Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X 1	0,564	0,195	Valid
X 2	0,401		Valid
X 3	0,434		Valid
X 4	0,434		Valid
X 5	0,324		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

b. *Reliability* (Kehandalan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X6	4.82	.386	100
X7	4.70	.482	100
X8	4.60	.492	100
X9	4.75	.435	100
X10	4.69	.465	100
TOTAL	23.56	1.217	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar 1V.3

Descriptive Statistics Reliability Ekspektasi

Pada kolom *output descriptive statistics reliability* ekspektasi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi servqual adalah 23.56 dengan *standar deviation* 1.217 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations							
		X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X6	Pearson Correlation	1	-.022	.096	.210 [*]	.024	.432 [*]
	Sig. (2-tailed)		.830	.344	.036	.815	.000
	Sum of Squares and Cross-products	14.760	-.400	1.800	3.500	.420	20.080
	Covariance	.149	-.004	.018	.035	.004	.203
	N	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	-.022	1	.043	.024	-.059	.393 [*]
	Sig. (2-tailed)	.830		.674	.812	.562	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.400	23.000	1.000	.500	-1.300	22.800
	Covariance	-.004	.232	.010	.005	-.013	.230
	N	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.096	.043	1	.566 ^{**}	.159	.715 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.344	.674		.000	.114	.000
	Sum of Squares and Cross-products	1.800	1.000	24.000	12.000	3.600	42.400
	Covariance	.018	.010	.242	.121	.036	.428
	N	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.210 [*]	.024	.566 ^{**}	1	.062	.687 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.036	.812	.000		.537	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.500	.500	12.000	18.750	1.250	36.000
	Covariance	.035	.005	.121	.189	.013	.364
	N	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.024	-.059	.159	.062	1	.453 [*]
	Sig. (2-tailed)	.815	.562	.114	.537		.000
	Sum of Squares and Cross-products	.420	-1.300	3.600	1.250	21.390	25.360
	Covariance	.004	-.013	.036	.013	.216	.256
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.432 [*]	.393 [*]	.715 ^{**}	.687 ^{**}	.453 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	20.080	22.800	42.400	36.000	25.360	146.640
	Covariance	.203	.230	.428	.364	.256	1.481
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.4

Hasil Uji Validitas Olah data SPSS *Reliability* Ekspektasi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi *reliability* ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi *reliability* lebih besar dari pada *r* table. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.7

Rangkuman Uji Validitas *Reliability* Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X 6	0,432	0,195	Valid
X 7	0,393		Valid
X 8	0,715		Valid
X 9	0,687		Valid
X 10	0,453		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

c. *Responsiveness* (Tanggapan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X11	4.62	.488	100
X12	4.58	.496	100
X13	4.81	.394	100
X14	4.68	.469	100
X15	4.60	.492	100
TOTAL	23.29	1.140	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar 1V.5

Descriptive Statistics Responsiveness Ekspektasi

Pada kolom *output descriptive statistics responsiveness* ekspektasi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 23.29 dengan *standar deviation* 1.140 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

		Correlations					
		X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL
X11	Pearson Correlation	1	-.040	-.012	.037	.118	.473 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.692	.909	.714	.243	.000
	Sum of Squares and Cross-products	23.560	-.960	-.220	.840	2.800	26.020
	Covariance	.238	-.010	-.002	.008	.028	.263
	N	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	-.040	1	.001	-.063	.132	.460 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.692		.992	.536	.189	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.960	24.360	.020	-1.440	3.200	25.180
	Covariance	-.010	.246	.000	-.015	.032	.254
	N	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	-.012	.001	1	.269 ^{**}	.021	.461 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.909	.992		.007	.837	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.220	.020	15.390	4.920	.400	20.510
	Covariance	-.002	.000	.155	.050	.004	.207
	N	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	.037	-.063	.269 ^{**}	1	.009	.497 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.714	.536	.007		.931	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.840	-1.440	4.920	21.760	.200	26.280
	Covariance	.008	-.015	.050	.220	.002	.265
	N	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.118	.132	.021	.009	1	.551 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.243	.189	.837	.931		.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.800	3.200	.400	.200	24.000	30.600
	Covariance	.028	.032	.004	.002	.242	.309
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.473 ^{**}	.460 ^{**}	.461 ^{**}	.497 ^{**}	.551 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	26.020	25.180	20.510	26.280	30.600	128.590
	Covariance	.263	.254	.207	.265	.309	1.299
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.6

Hasil Uji Validitas Olah data SPSS *Responsiveness* Ekspektasi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi *responsiveness* ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi *responsiveness* lebih besar dari pada r tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.8

Rangkuman Uji Validitas *Responsiveness* Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X 11	0,473	0,195	Valid
X 12	0,450		Valid
X 13	0,461		Valid
X 14	0,497		Valid
X 15	0,551		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

d. Assurance (Jaminan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X16	4.57	.517	100
X17	4.76	.429	100
X18	4.74	.441	100
X19	4.85	.359	100
X20	4.65	.479	100
TOTAL	23.57	1.166	100

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.7

Descriptive Statistics Assurance Ekspektasi

Pada kolom *output descriptive statistic Assurance* ekspektasi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 23.57 dengan standardeviation 1.166 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations							
		X16	X17	X18	X19	X20	TOTAL
X16	Pearson Correlation	1	.304 ^{**}	.081	.247 ^{**}	.120	.712 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.002	.425	.013	.234	.000
	Sum of Squares and Cross-products	26.510	6.680	1.820	4.550	2.950	42.510
	Covariance	.268	.067	.018	.046	.030	.429
	N	100	100	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	.304 ^{**}	1	.254 [*]	.092	-.118	.579 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002		.011	.364	.243	.000
	Sum of Squares and Cross-products	6.680	18.240	4.760	1.400	-2.400	28.680
	Covariance	.067	.184	.048	.014	-.024	.290
	N	100	100	100	100	100	100
X18	Pearson Correlation	.081	.254 [*]	1	.262 ^{**}	-.196	.508 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.425	.011		.009	.051	.000
	Sum of Squares and Cross-products	1.820	4.760	19.240	4.100	-4.100	25.820
	Covariance	.018	.048	.194	.041	-.041	.261
	N	100	100	100	100	100	100
X19	Pearson Correlation	.247 ^{**}	.092	.262 ^{**}	1	-.132	.496 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.013	.364	.009		.190	.000
	Sum of Squares and Cross-products	4.550	1.400	4.100	12.750	-2.250	20.550
	Covariance	.046	.014	.041	.129	-.023	.208
	N	100	100	100	100	100	100
X20	Pearson Correlation	.120	-.118	-.196	-.132	1	.306 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.234	.243	.051	.190		.002
	Sum of Squares and Cross-products	2.950	-2.400	-4.100	-2.250	22.750	16.950
	Covariance	.030	-.024	-.041	-.023	.230	.171
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.712 ^{**}	.579 ^{**}	.508 ^{**}	.496 ^{**}	.306 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	
	Sum of Squares and Cross-products	42.510	28.680	25.820	20.550	16.950	134.510
	Covariance	.429	.290	.261	.208	.171	1.359
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.8

Hasil Uji Validitas Olah data SPSS Assurance Ekspektasi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi Assurance ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi Assurance lebih besar dari pada r table. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.9

Rangkuman Uji Validitas Assurance Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X 16	0,712	0,195	Valid
X 17	0,579		Valid
X 18	0,508		Valid
X 19	0,496		Valid
X 20	0,306		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

e. *Empathy* (empati)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X21	4.59	.494	100
X22	4.53	.502	100
X23	4.53	.502	100
X24	4.59	.514	100
X25	4.67	.473	100
TOTAL	22.91	1.505	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.9

Descriptive Statistics Empathy Ekspektasi

Pada kolom *output descriptive statistics Empathy* ekspektasi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 22.91 dengan *standar deviation* 1.505 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

		Correlations					
		X21	X22	X23	X24	X25	TOTAL
X21	Pearson Correlation	1	.315 ^{**}	.274 ^{**}	.286 ^{**}	-.066	.602 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.006	.004	.513	.000
	Sum of Squares and Cross-products	24.190	7.730	6.730	7.190	-1.530	44.310
	Covariance	.244	.078	.068	.073	-.015	.448
	N	100	100	100	100	100	100
X22	Pearson Correlation	.315 ^{**}	1	.237 ^{**}	.342 ^{**}	.063	.653 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001		.017	.001	.530	.000
	Sum of Squares and Cross-products	7.730	24.910	5.910	8.730	1.490	48.770
	Covariance	.078	.252	.060	.088	.015	.493
	N	100	100	100	100	100	100
X23	Pearson Correlation	.274 ^{**}	.237 ^{**}	1	.185	.063	.586 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.006	.017		.065	.530	.000
	Sum of Squares and Cross-products	6.730	5.910	24.910	4.730	1.490	43.770
	Covariance	.068	.060	.252	.048	.015	.442
	N	100	100	100	100	100	100
X24	Pearson Correlation	.286 ^{**}	.342 ^{**}	.185	1	.352 ^{**}	.722 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.065		.000	.000
	Sum of Squares and Cross-products	7.190	8.730	4.730	26.190	8.470	55.310
	Covariance	.073	.088	.048	.265	.086	.559
	N	100	100	100	100	100	100
X25	Pearson Correlation	-.066	.063	.063	.352 ^{**}	1	.455 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.513	.530	.530	.000		.000
	Sum of Squares and Cross-products	-1.530	1.490	1.490	8.470	22.110	32.030
	Covariance	-.015	.015	.015	.086	.223	.324
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.602 ^{**}	.653 ^{**}	.586 ^{**}	.722 ^{**}	.455 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	44.310	48.770	43.770	55.310	32.030	224.190
	Covariance	.448	.493	.442	.559	.324	2.265
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

G a m b a r IV .10

H a s i l U j i V a l i d i t a s O l a h d a t a S P S S E m p a t h y E k s p e k t a s i

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi *empathy* ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi *empathy* lebih besar dari pada *r* table. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.10

Rangkuman Uji Validitas *Empathy* Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X 2 1	0,602	0,195	Valid
X 2 2	0,653		Valid
X 2 3	0,586		Valid
X 2 4	0,722		Valid
X 2 5	0,455		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

4.2.1.2 Kinerja atau persepsi

a. *Tangible* (Bukti fisik)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	2.95	.219	100
Y2	2.95	.219	100
Y3	2.97	.171	100
Y4	2.93	.256	100
Y5	3.03	.388	100
TOTAL	14.83	.604	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.11

Descriptive Statistics Tangible Persepsi

Pada kolom *output descriptive statistics tangible* persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi servqual adalah 14.83 dengan *standar deviation* 0,604 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	-.053	-.040	-.063	.018	.317 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.603	.690	.534	.860	.001
	Sum of Squares and Cross-products	4.750	-.250	-.150	-.350	.150	4.150
	Covariance	.048	-.003	-.002	-.004	.002	.042
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	-.053	1	.229 [*]	-.063	.018	.393 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.603		.022	.534	.860	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.250	4.750	.850	-.350	.150	5.150
	Covariance	-.003	.048	.009	-.004	.002	.052
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-.040	.229 [*]	1	-.048	.014	.340 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.690	.022		.634	.893	.001
	Sum of Squares and Cross-products	-.150	.850	2.910	-.210	.090	3.490
	Covariance	-.002	.009	.029	-.002	.001	.035
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	-.063	-.063	-.048	1	.123	.444 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.534	.534	.634		.223	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.350	-.350	-.210	6.510	1.210	6.810
	Covariance	-.004	-.004	-.002	.066	.012	.069
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.018	.018	.014	.123	1	.712 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.860	.860	.893	.223		.000
	Sum of Squares and Cross-products	.150	.150	.090	1.210	14.910	16.510
	Covariance	.002	.002	.001	.012	.151	.167
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.317 ^{**}	.393 ^{**}	.340 ^{**}	.444 ^{**}	.712 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	4.150	5.150	3.490	6.810	16.510	36.110
	Covariance	.042	.052	.035	.069	.167	.365
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

G a m b a r IV .12

H a s i l U j i V a l i d i t a s o l a h d a t a S P S S *T a n g i b l e* P e r s e p s i

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner persepsi dimensi *tangible* persepsi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner persepsi dimensi *tangible* lebih besar dari pada r tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.11

Rangkuman Uji Validitas *Tangible* Persepsi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y 1	0,317	0,195	Valid
Y 2	0,393		Valid
Y 3	0,340		Valid
Y 4	0,444		Valid
Y 5	0,712		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

b. *Reliability* (Kehandalan)

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y6	2.99	.266	100
Y7	2.96	.197	100
Y8	3.02	.317	100
Y9	2.95	.219	100
Y10	2.96	.197	100
TOTAL	14.88	.556	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.13

Descriptive Statistics Reliability Persepsi

Pada kolom *output descriptive statistics reliability* persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi servqual adalah 14.88 dengan *standar deviation* 0,556 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations							
		Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
Y6	Pearson Correlation	1	-.008	.002	.165	-.008	.539 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.939	.981	.101	.939	.000
	Sum of Squares and Cross-products	6.990	-.040	.020	.950	-.040	7.880
	Covariance	.071	.000	.000	.010	.000	.080
	N	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	-.008	1	.013	-.047	-.042	.325 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.939		.898	.644	.681	.001
	Sum of Squares and Cross-products	-.040	3.840	.080	-.200	-.160	3.520
	Covariance	.000	.039	.001	-.002	-.002	.036
	N	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.002	.013	1	.015	.013	.587 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.981	.898		.886	.898	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.020	.080	9.960	.100	.080	10.240
	Covariance	.000	.001	.101	.001	.001	.103
	N	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.165	-.047	.015	1	-.047	.448 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.101	.644	.886		.644	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.950	-.200	.100	4.750	-.200	5.400
	Covariance	.010	-.002	.001	.048	-.002	.055
	N	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	-.008	-.042	.013	-.047	1	.325 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.939	.681	.898	.644		.001
	Sum of Squares and Cross-products	-.040	-.160	.080	-.200	3.840	3.520
	Covariance	.000	-.002	.001	-.002	.039	.036
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.539 ^{**}	.325 ^{**}	.587 ^{**}	.448 ^{**}	.325 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.001	
	Sum of Squares and Cross-products	7.880	3.520	10.240	5.400	3.520	30.560
	Covariance	.080	.036	.103	.055	.036	.309
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

G a m b a r IV .14

H a s i l U j i V a l i d i t a s o l a h d a t a S P S S *reliability* P e r s e p s i

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner persepsi dimensi *reliability* persepsi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner persepsi dimensi *reliability* lebih besar dari pada *r* tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.12

Rangkuman Uji Validitas *Reliability* Persepsi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y 6	0,539	0,195	Valid
Y 7	0,325		Valid
Y 8	0,587		Valid
Y 9	0,448		Valid
Y 10	0,325		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

c. *Responsiveness* (Tanggapan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y11	2.96	.197	100
Y12	2.95	.219	100
Y13	2.98	.141	100
Y14	2.98	.317	100
Y15	2.99	.100	100
TOTAL	14.86	.493	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.15

Descriptive Statistics Responsiveness Persepsi

Pada kolom *output descriptive statistics responsiveness* persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi servqual adalah 14.86 dengan standar deviation 0,493 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations							
		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	TOTAL
Y11	Pearson Correlation	1	-.047	-.029	-.013	-.021	.358 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.644	.773	.898	.839	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.840	-.200	-.080	-.080	-.040	3.440
	Covariance	.039	-.002	.000	.000	.000	.035
	N	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	-.047	1	-.033	.131	-.023	.496 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.644		.746	.194	.820	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.200	4.750	-.100	.900	-.050	5.300
	Covariance	-.002	.048	-.001	.009	.000	.054
	N	100	100	100	100	100	100
Y13	Pearson Correlation	-.029	-.033	1	-.009	-.014	.251 [*]
	Sig. (2-tailed)	.773	.746		.929	.887	.012
	Sum of Squares and Cross-products	-.080	-.100	1.960	-.040	-.020	1.720
	Covariance	.000	-.001	.020	.000	.000	.017
	N	100	100	100	100	100	100
Y14	Pearson Correlation	-.013	.131	-.009	1	.312 ^{**}	.757 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.898	.194	.929		.002	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.080	.900	-.040	9.960	.980	11.720
	Covariance	.000	.009	.000	.101	.010	.118
	N	100	100	100	100	100	100
Y15	Pearson Correlation	-.021	-.023	-.014	.312 ^{**}	1	.381 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.839	.820	.887	.002		.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.040	-.050	-.020	.980	.990	1.860
	Covariance	.000	.000	.000	.010	.010	.019
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.358 ^{**}	.496 ^{**}	.251 [*]	.757 ^{**}	.381 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	3.440	5.300	1.720	11.720	1.860	24.040
	Covariance	.035	.054	.017	.118	.019	.243
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.16

Hasil Uji Validitas olah data SPSS *Responsiveness* Persepsi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner persepsi dimensi *responsiveness* persepsi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner persepsi dimensi *responsiveness* lebih besar dari pada r tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.13

Rangkuman Uji Validitas *Responsiveness* Persepsi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y 11	0,358	0,195	Valid
Y 12	0,496		Valid
Y 13	0,251		Valid
Y 14	0,757		Valid
Y 15	0,381		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

d. *Assurance* (Jaminan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y16	2.96	.197	100
Y17	2.95	.219	100
Y18	2.93	.293	100
Y19	2.97	.171	100
Y20	2.98	.284	100
TOTAL	14.79	.537	100

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.17

Descriptive Statistics Assurance Persepsi

Pada kolom *output descriptive statistics Assurance* persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 14.79 dengan *standar deviation* 0,537 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Correlations							
		Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	TOTAL
Y16	Pearson Correlation	1	-.047	-.049	-.036	-.014	.302 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.644	.628	.723	.886	.002
	Sum of Squares and Cross-products	3.840	-.200	-.280	-.120	-.080	3.160
	Covariance	.039	-.002	-.003	-.001	.000	.032
	N	100	100	100	100	100	100
Y17	Pearson Correlation	-.047	1	.102	-.040	-.016	.425 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.644		.311	.690	.872	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.200	4.750	.650	-.150	-.100	4.950
	Covariance	-.002	.048	.007	-.002	-.001	.050
	N	100	100	100	100	100	100
Y18	Pearson Correlation	-.049	.102	1	-.042	-.017	.547 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.628	.311		.677	.867	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.280	.650	8.510	-.210	-.140	8.530
	Covariance	-.003	.007	.086	-.002	-.001	.086
	N	100	100	100	100	100	100
Y19	Pearson Correlation	-.036	-.040	-.042	1	.195	.369 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.723	.690	.677		.051	.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.120	-.150	-.210	2.910	.940	3.370
	Covariance	-.001	-.002	-.002	.029	.009	.034
	N	100	100	100	100	100	100
Y20	Pearson Correlation	-.014	-.016	-.017	.195	1	.569 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.886	.872	.867	.051		.000
	Sum of Squares and Cross-products	-.080	-.100	-.140	.940	7.960	8.580
	Covariance	.000	-.001	-.001	.009	.080	.087
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.302 ^{**}	.425 ^{**}	.547 ^{**}	.369 ^{**}	.569 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	3.160	4.950	8.530	3.370	8.580	28.590
	Covariance	.032	.050	.086	.034	.087	.289
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.18

Hasil Uji Validitas kinerja olah data SPSS Assurance Persepsi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner persepsi dimensi Assurance persepsi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner persepsi dimensi Assurance lebih besar dari pada r tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.14

Tabel Rangkuman Uji Validitas Assurance Persepsi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y 16	0,302	0,195	Valid
Y 17	0,425		Valid
Y 18	0,547		Valid
Y 19	0,369		Valid
Y 20	0,569		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

e. *Empathy* (Empati)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y21	3.00	.246	100
Y22	2.97	.332	100
Y23	2.99	.301	100
Y24	2.95	.219	100
Y25	2.92	.273	100
TOTAL	14.83	.587	100

Sumber data: Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.19

Descriptive Statistics Empathy Persepsi

Pada kolom *output descriptive statistics empathy persepsi* diatas dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi *servqual* adalah 14.83 dengan *standar deviation* 0,587 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

		Correlations					
		Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	TOTAL
Y21	Pearson Correlation	1	.000	.000	.000	.000	.419 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		1.000	1.000	1.000	1.000	.000
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	.000	.000	.000	.000	6.000
	Covariance	.061	.000	.000	.000	.000	.061
	N	100	100	100	100	100	100
Y22	Pearson Correlation	.000	1	-.205 [*]	-.021	-.027	.440 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000		.041	.837	.791	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.000	10.910	-2.030	-.150	-.240	8.490
	Covariance	.000	.110	-.021	-.002	-.002	.086
	N	100	100	100	100	100	100
Y23	Pearson Correlation	.000	-.205 [*]	1	-.008	-.010	.390 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	.041		.940	.923	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.000	-2.030	8.990	-.050	-.080	6.830
	Covariance	.000	-.021	.091	.000	.000	.069
	N	100	100	100	100	100	100
Y24	Pearson Correlation	.000	-.021	-.008	1	.101	.405 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	.837	.940		.315	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.000	-.150	-.050	4.750	.600	5.150
	Covariance	.000	-.002	.000	.048	.006	.052
	N	100	100	100	100	100	100
Y25	Pearson Correlation	.000	-.027	-.010	.101	1	.482 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	.791	.923	.315		.000
	Sum of Squares and Cross-products	.000	-.240	-.080	.600	7.360	7.640
	Covariance	.000	-.002	.000	.006	.074	.077
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.419 ^{**}	.440 ^{**}	.390 ^{**}	.405 ^{**}	.482 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	8.490	6.830	5.150	7.640	34.110
	Covariance	.061	.086	.069	.052	.077	.345
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.20

Hasil Uji Validitas olah data SPSS *Empathy* Persepsi

Menurut hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner persepsi dimensi *empathy* persepsi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat oleh peneliti telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner persepsi dimensi *empathy* lebih besar dari pada r tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel IV.15

Tabel Rangkuman Uji Validitas *Emphathy* Persepsi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y 21	0,419	0,195	Valid
Y 22	0,440		Valid
Y 23	0,390		Valid
Y 24	0,405		Valid
Y 25	0,482		Valid

Sumber: Pengolahan Data (2017)

4.2.2 Uji Reliabilitas Data Responden

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsisten tanggapan responden terhadap item pertanyaan berdasarkan pemahaman responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai $\alpha >$ nilai kritis (0,60) dengan $df = N - 2$ dengan taraf signifikansi 5% maka instrumen penelitian tersebut reliabel
2. Apabila nilai $\alpha <$ nilai kritis (0,00) dengan $df = N - 2$ dengan taraf signifikansi 5% maka instrumen penelitian tersebut tidak reliabel

4.2.2.1 Harapan atau Ekspektasi

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada kuesioner harapan di dapatkan nilai *Alpha cronbach's* yaitu 0,647 yang artinya tingkat reliabilitas pada kuesioner harapan reliabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat berikut ini hasil perhitungan uji reliabilitas responden dari variabel harapan atau ekspektasi dengan menggunakan SPSS 16.0 :

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Sumber : Olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.21

Analisa Perhitungan untuk Reliabilitas Item pertanyaan Ekspektasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.647	.584	26

Sumber : Olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.22

Hasil Uji Reliabilitas Data Responden Variabel Ekspektasi

Berikut ini hasil uji reliabilitas data variabel harapan atau ekspektasi :

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.88	.327	100
X2	4.89	.314	100
X3	4.85	.359	100
X4	4.84	.368	100
X5	4.84	.368	100
X6	4.82	.386	100
X7	4.70	.482	100
X8	4.60	.492	100
X9	4.75	.435	100
X10	4.69	.465	100
X11	4.62	.488	100
X12	4.58	.496	100
X13	4.81	.394	100
X14	4.68	.469	100
X15	4.60	.492	100
X16	4.57	.517	100
X17	4.76	.429	100
X18	4.74	.441	100
X19	4.85	.359	100
X20	4.65	.479	100
X21	4.59	.494	100
X22	4.53	.502	100
X23	4.53	.502	100
X24	4.59	.514	100
X25	4.67	.473	100
TOTAL	117.63	3.116	100

Sumber : Olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.23

Item Total Statistics Variabel Harapan Ekspektasi

4.2.2.2 Kinerja atau Persepsi

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada kuesioner kinerja atau persepsi didapatkan nilai *Alpha Cronbach's* yaitu 0,559 yang artinya tingkat reliabilitas sangat tinggi pada kuesioner kinerja atau persepsi Untuk lebih jelasnya dapat dilihat berikut ini hasil perhitungan uji reliabilitas responden dari variabel kinerja atau persepsi dengan menggunakan SPSS 16.0 :

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Sumber : Olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.24

Analisa Perhitungan Untuk Reliabilitas Item pertanyaan Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.559	.404	26

Sumber : olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.25

Hasil Uji Reliabilitas Data Responden Kinerja atau Persepsi

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y1	2.95	.219	100
Y2	2.95	.219	100
Y3	2.97	.171	100
Y4	2.93	.256	100
Y5	3.03	.388	100
Y6	2.99	.266	100
Y7	2.96	.197	100
Y8	3.02	.317	100
Y9	2.95	.219	100
Y10	2.96	.197	100
Y11	2.96	.197	100
Y12	2.95	.219	100
Y13	2.98	.141	100
Y14	2.98	.317	100
Y15	2.99	.100	100
Y16	2.96	.197	100
Y17	2.95	.219	100
Y18	2.93	.293	100
Y19	2.97	.171	100
Y20	2.98	.284	100
Y21	3.01	.225	100
Y22	2.97	.332	100
Y23	2.99	.301	100
Y24	2.95	.219	100
Y25	2.92	.273	100
TOTAL	74.20	1.333	100

Sumber: Olah data menggunakan SPSS 16.0

Gambar IV.26

Item Total Statistics Variabel Kinerja atau Persepsi

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.16.

Tabel IV.16

Rangkuman Uji Reliabilitas kuesioner pada Ekspektasi dan Persepsi

Kuesioner	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
Harapan atau Ekspektasi	0,647	Reliabel
Kinerja atau Persepsi	0,559	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data (2017)

4.3 Pengolahan Data *Servqual* (Service Quality)

4.3.1 Perhitungan Frekuensi Jawaban Kuesioner Ekspektasi dan Persepsi

4.3.1.1 Harapan atau Ekspektasi

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh frekuensi jawaban responden terhadap variabel harapan atau ekspektasi terhadap kepuasan pada jasa pelayanan di PT Pos Indonesia untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanan. Adapun berikut ini hasil rekapitan frekuensi jawaban responden terhadap variabel harapan atau ekspektasi terhadap layanan Kantorpos perdimensi:

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tabel IV.17

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Tangible* Ekspektasi

Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
X 1	88	12				100
X 2	89	11				100
X 3	85	15				100
X 4	84	16				100
X 5	84	16				100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.17 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *tangible* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar

terletak pada pertanyaan X2 dengan jumlah jawaban adalah 89 untuk kategori jawaban SP (sangat penting) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada X2 dengan jumlah jawaban adalah 11 untuk kategori jawaban P (Penting).

b. *Reliability* (Kehandalan)

Tabel IV.18

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Reliability* Ekspektasi

Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
X6	82	18				100
X7	71	28	1			100
X8	60	40				100
X9	74	26				100
X10	69	31				100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.18 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *reliability* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan X6 dengan jumlah jawaban adalah 82 untuk kategori jawaban SP (sangat penting) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada X7 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban CP (Cukup Penting).

c. *Responsiveness* (Tanggapan)

Tabel IV.19

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Responsiveness* Ekspektasi

Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
X 11	62	38				100
X 12	60	40				100
X 13	80	20				100
X 14	69	31				100
X 15	60	40				100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.19 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *responsiveness* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan X13 dengan jumlah jawaban adalah 80 untuk kategori jawaban SP (sangat penting) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada X13 dengan jumlah jawaban adalah 20 untuk kategori jawaban P (Penting).

d. *Assurance* (Jaminan)

Tabel IV.20

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Assurance* Ekspektasi

Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
X 16	58	41	1			100
X 17	76	24				100
X 18	74	26				100
X 19	85	15				100
X 20	66	35				100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.20 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *assurance* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan X19 dengan jumlah jawaban adalah 85 untuk kategori jawaban SP (sangat penting) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada X16 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban CP (Cukup Penting).

e. *Empathy* (Empati)

Tabel IV.21

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Empathy* Ekspektasi

Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
X 21	59	41				100
X 22	53	47				100
X 23	53	47				100
X 24	59	40	1			100
X 25	67	33				100

Sumber : Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.21 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *empathy* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan X25 dengan jumlah jawaban adalah 67 untuk kategori jawaban SP (sangat penting) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada X24 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban CP (Cukup Penting).

4.3.1.2 Kinerja dan Persepsi

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh frekuensi jawaban responden terhadap variabel kinerja atau persepsi terhadap kepuasan pelayanan pada Apartemen Taman Rasuna Jakarta untuk meningkatkan mutu kualitas hunian. Adapun berikut ini hasil rekapitan frekuensi jawaban responden terhadap variabel kinerja atau persepsi terhadap layanan apartemen per dimensi :

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tabel IV.22

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Tangible* Persepsi

Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
Y 1			96	4		100
Y 2			95	5		100
Y 3			98	2		100
Y 4	1	1	94	4		100
Y 5			98	2		100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.22 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *tangible* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan Y5 dan Y3 dengan jumlah jawaban adalah 98 untuk kategori jawaban CP (Cukup Puas) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada Y4 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban SP (Sangat Puas) dan P (Puas).

b. *Reliability* (Kehandalan)

Tabel IV.23

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Reliability* Persepsi

Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
Y 6			96	4		100
Y 7			96	4		100
Y 8		1	91	8		100
Y 9			97	3		100
Y 10			97	3		100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.23 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *reliability* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan Y9 dan Y10 dengan jumlah jawaban adalah 97 untuk kategori jawaban CP (Cukup Puas) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada Y8 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban P (Puas).

c. *Responsiveness* (Tanggapan)

Tabel IV.24

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Responsiveness* Persepsi

Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
Y 11			98	2		100
Y 12			95	5		100
Y 13			98	2		100
Y 14	1	1	94	4		100
Y 15			99	1		100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.24 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *responsiveness* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan Y15 dengan jumlah jawaban adalah 99 untuk kategori jawaban CP (Cukup Puas) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada Y14 dan Y15 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban SP (Sangat Puas), P (Puas) dan TP (Tidak Puas).

d. *Assurance* (Jaminan)

Tabel IV.25

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden Assurance Persepsi

Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
Y 16			96	4		100
Y 17			95	5		100
Y 18		1	91	8		100
Y 19			97	3		100
Y 20	1		95	4		100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.25 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *assurance* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan Y19 dengan jumlah jawaban adalah 97 untuk kategori jawaban CP (Cukup Puas) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada Y18 dan Y20 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban SP (Sangat Puas) dan P (Puas).

e. *Empathy* (Empati)

Tabel IV.26

Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden *Empathy* Persepsi

Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	N
Y 21	1		98	1		100
Y 22	1		93	6		100
Y 23	1	1	94	4		100
Y 24			95	5		100
Y 25			93	7		100

Sumber: Kuesioner Juli 2017

Berdasarkan tabel IV.26 dapat diketahui bahwa jumlah responden menurut dimensi *empathy* yang memiliki jumlah jawaban responden terbesar terletak pada pertanyaan Y21 dengan jumlah jawaban adalah 98 untuk kategori jawaban CP (Cukup Puas) dan jumlah jawaban responden terendah terletak pada Y21, Y22 dan Y23 dengan jumlah jawaban adalah 1 untuk kategori jawaban TP (Tidak Puas), SP (Sangat Puas), dan P (Puas).

4.3.2 Perhitungan Pembobotan dan Rata-Rata Jawaban Kuesioner Kepuasan Pelayanan

Setelah melakukan perhitungan frekuensi jawaban responden maka selanjutnya menghitung nilai bobot dan rata-rata jawaban kuesioner. Untuk menghitung nilai bobot sebagai berikut :

$$\sum x_i = (b_1 \times n_1) + (b_2 \times n_2) + \dots + (b_k \times n_k)$$

Keterangan :

$\sum x_i$ = Nilai bobot kuesioner

b = Banyaknya skor masing-masing variabel pertanyaan

n = Kriteria pertanyaan

Rata-rata jawaban responden dihitung dengan persamaan berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata-rata jawaban responden

$\sum x_i$ = Jumlah bobot jawaban responden

n = Jumlah Responden

Berikut ini hasil nilai bobot dan nilai rata-rata jawaban responden terhadap variabel harapan dan persepsi terhadap pelayanan apartemen adalah sebagai berikut:

Frekuensi jawaban kuesioner tingkat harapan atau ekspektasi pelayanan								
Variabel pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	n	Σxi	$\bar{x}$
X1	88	12				100	488	4,88
X2	89	11				100	489	4,89
X3	85	15				100	485	4,85
X4	84	16				100	484	4,84
X5	84	16				100	484	4,84
X6	82	18				100	482	4,82
X7	71	28	1			100	467	4,67
X8	60	40				100	460	4,6
X9	74	26				100	474	4,74
X10	69	31				100	469	4,69
X11	62	38				100	462	4,62
X12	60	40				100	460	4,6
X13	80	20				100	480	4,8
X14	69	31				100	469	4,69
X15	60	40				100	460	4,6
X16	58	41	1			100	457	4,57
X17	76	24				100	476	4,76
X18	74	26				100	474	4,74
X19	85	15				100	485	4,85
X20	65	35				100	465	4,65
X21	59	41				100	459	4,59
X22	53	47				100	453	4,53
X23	53	47				100	453	4,53
X24	59	40	1			100	458	4,58
X25	67	33				100	467	4,67

Sumber : Olah data *Microsoft Excel 2007*

Gambar IV.27

Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Ekspektasi

Frekuensi jawaban kuesioner tingkat kinerja atau persepsi pelayanan								
Variabel Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP	n	Σxi	$\bar{x}$
Y1			96	4		100	288	2,88
Y2			95	5		100	285	2,85
Y3			98	2		100	294	2,94
Y4	1	1	94	4		100	291	2,91
Y5			98	2		100	294	2,94
Y6			96	4		100	288	2,88
Y7			96	4		100	288	2,88
Y8		1	91	8		100	277	2,77
Y9			97	3		100	291	2,91
Y10			97	3		100	297	2,97
Y11			98	2		100	298	2,98
Y12			95	5		100	285	2,85
Y13			98	2		100	298	2,98
Y14	1	1	94	4		100	291	2,91
Y15			99	1		100	297	2,97
Y16			96	4		100	294	2,94
Y17			95	5		100	285	2,85
Y18		1	91	8		100	277	2,77
Y19			97	3		100	291	2,91
Y20	1		95	4		100	298	2,98
Y21	1		98	1		100	299	2,99
Y22	1		93	6		100	284	2,84
Y23	1	1	94	4		100	299	2,99
Y24			95	5		100	285	2,85
Y25			93	7		100	293	2,93

Sumber : Olah data *Microsoft Excel 2007*

Gambar IV.28

Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Persepsi

4.3.3 Perhitungan Nilai Gap Kepuasan Pelanggan

Perhitungan nilai *gap* kesenjangan antara nilai rata-rata kinerja atau persepsi terhadap pelayanan yang ada dan nilai rata-rata harapan atau ekspektasi dengan persamaan sebagai berikut :

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

Keterangan :

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata kinerja atau persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan atau ekspektasi

Hasil perhitungan Nilai *gap* dapat dilihat di Gambar. IV.29 sebagai berikut :

Harapan atau Ekspektasi terhadap pelayanan		Kinerja atau persepsi terhadap pelayanan		
Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-rata	Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-rata	Nilai Gap
X1	4,88	Y1	2,88	-2
X2	4,89	Y2	2,85	-2,04
X3	4,85	Y3	2,94	-1,91
X4	4,84	Y4	2,91	-1,93
X5	4,84	Y5	2,94	-1,9
X6	4,82	Y6	2,88	-1,94
X7	4,67	Y7	2,88	-1,79
X8	4,6	Y8	2,77	-1,83
X9	4,74	Y9	2,91	-1,83
X10	4,69	Y10	2,97	-1,72
X11	4,62	Y11	2,98	-1,64
X12	4,6	Y12	2,85	-1,75
X13	4,8	Y13	2,98	-1,82
X14	4,69	Y14	2,91	-1,78
X15	4,6	Y15	2,97	-1,63
X16	4,57	Y16	2,94	-1,63
X17	4,76	Y17	2,85	-1,91
X18	4,74	Y18	2,77	-1,97
X19	4,85	Y19	2,91	-1,94
X20	4,65	Y20	2,98	-1,67
X21	4,59	Y21	2,99	-1,6
X22	4,53	Y22	2,84	-1,69
X23	4,53	Y23	2,99	-1,54
X24	4,58	Y24	2,85	-1,73
X25	4,67	Y25	2,93	-1,74

Sumber : Olah data *Microsoft Excel 2007*

Gambar IV.29

Nilai Rata-rata Jawaban Responden dan Nilai *Gap* Ekspektasi dan Persepsi

4.3.4 Perhitungan Nilai *Servqual* (*Service Quality*) Per Dimensi

Salah satu perhitungan yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode *servqual*. Metode ini termasuk salah satu cara dimana responden diminta untuk menilai tingkat harapan mereka terhadap atribut tertentu. Pada metode *servqual* dibutuhkan skor ekspektasi dan persepsi, perbedaan antara kedua skor ini memiliki sasaran penilaian untuk mengetahui

kualitas jasa yang diterima pelanggan dengan menggunakan metode penilaian.

Untuk menghitung rata-rata per jawaban dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{k}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata-rata jawaban per dimensi

$\sum x_i$ = Jumlah rata-rata variabel

K = Jumlah variabel

Berikut ini adalah hasil perhitungan rata-rata per dimensi dapat dilihat di

Gambar IV.30 :

Variabel Pertanyaan Ekspektasi	Nilai Rata-rata	Variabel Pertanyaan Persepsi	Nilai rata-rata
X1	4,88	Y1	2,88
X2	4,89	Y2	2,85
X3	4,85	Y3	2,94
X4	4,84	Y4	2,91
X5	4,84	Y5	2,94
$\bar{X}$ Tangible	4,86	$\bar{X}$ Tangible	2,904
X6	4,82	Y6	2,88
X7	4,67	Y7	2,88
X8	4,6	Y8	2,77
X9	4,74	Y9	2,91
X10	4,69	Y10	2,97
$\bar{X}$ Reliability	4,704	$\bar{X}$ Reliability	2,882
X11	4,62	Y11	2,98
X12	4,6	Y12	2,85
X13	4,8	Y13	2,98
X14	4,69	Y14	2,91
X15	4,6	Y15	2,97
$\bar{X}$ Responsiveness	4,662	$\bar{X}$ Responsiveness	2,938
X16	4,57	Y16	2,94
X17	4,76	Y17	2,85
X18	4,74	Y18	2,77
X19	4,85	Y19	2,91
X20	4,65	Y20	2,98
$\bar{X}$ Assurance	4,714	$\bar{X}$ Assurance	2,89
X21	4,59	Y21	2,99
X22	4,53	Y22	2,84
X23	4,53	Y23	2,99
X24	4,58	Y24	2,85
X25	4,67	Y25	2,93
$\bar{X}$ Empathy	4,58	$\bar{X}$ Empathy	2,92

Sumber : Olah data Microsoft Excel 2007

Gambar IV.30

Nilai rata-rata per dimensi Jawaban Responden Kepuasan Pelayanan (gap)

4.3.5 Menentukan *Servqual Score* Untuk Setiap Variabel

Selanjutnya menghitung nilai *gap* tiap dimensi dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

Keterangan :

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata kinerja atau persepsi

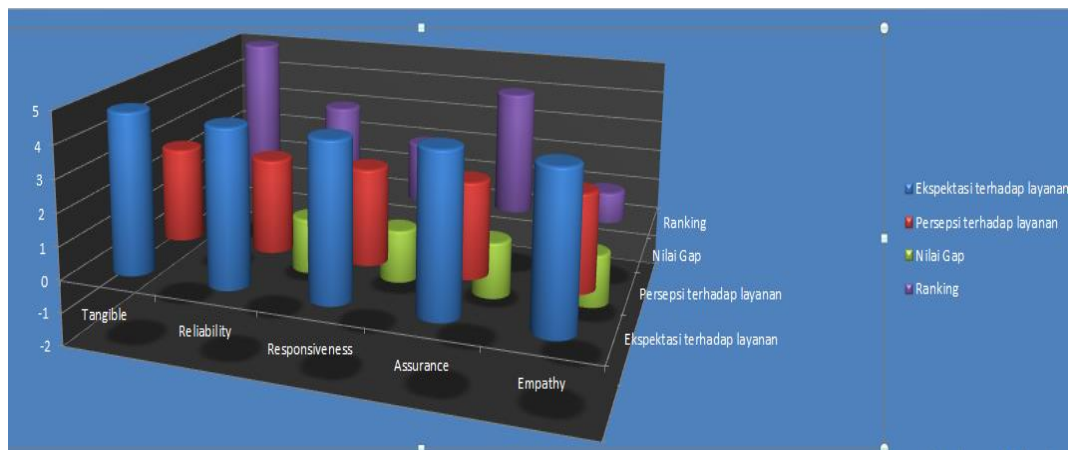
$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan atau ekspektasi

Berikut adalah hasil dari *Servqual Score* berdasarkan lima dimensi *Servqual* dapat dilihat di Gambar IV.31 :

Dimensi <i>Servqual</i>	Ekspektasi terhadap layanan	Persepsi terhadap layanan	Nilai Gap	Ranking
Tangible	4,86	2,90	-1,96	1
Reliability	4,70	2,882	-1,82	2
Responsiveness	4,662	2,938	-1,72	4
Assurance	4,714	2,89	-1,82	3
Empathy	4,58	2,92	-1,66	5

Sumber : Olah data *Microsoft Excel* 2007

Gambar IV.31
Hasil *Servqual Score* berdasarkan Lima Dimensi



G a m b a r IV .32
Diagram Servqual Score berdasarkan lima dimensi

Tingkat kesesuaian inilah yang akan menjadikan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4. Hasil Akhir

Dalam pengujian hipotesis dalam penulis ajukan bahwa dihasilkan H_0 artinya tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan, seperti dalam dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia, dengan kesimpulan hasil *Servqual Score* yang dijelaskan pada Gambar IV.31, bahwa kualitas terhadap kualitas pelayanan yang ada pada PT Pos Indonesia belum sesuai dengan harapan pelanggan atau disebut juga belum mampu memuaskan keinginan pelanggan.

B A B V

P E N U T U P

5.1 K e s i m p u l a n

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada PT Pos Indonesia, maka penulis dapat menarik kesimpulan :

1. Untuk mengukur dan mendapatkan nilai kualitas pada pelayanan yang digunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)*, dengan cara mengukur tingkat persepsi dan ekspektasi atau pelanggan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi *SERVQUAL*, kemudian skor nilai persepsi atau kinerja dikurangkan dengan skor ekspektasi atau harapan inilah yang kemudian disebut istilah *Gap*. Dimana apabila *Gap* bernilai *negative (-)* berarti kualitas pelayan belum sesuai dengan harapan pelanggan atau disebut juga belum mampu memuaskan keinginan pelanggan.
2. Nilai gap antara Kinerja/Persepsi dan Harapan/Ekspektasi pelanggan PT Pos Indonesia dilihat dari dimensi *Tangibels, Reability, Resposive, Assurence* dan *Emphaty* menunjukkan nilai negatif, dengan demikian secara keseluruhan dari seluruh dimensi pelanggan belum memperoleh pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan atau pelanggan belum memperoleh kepuasan dari layanan yang ada..
3. Berdasarkan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan didapatkan hasil bahwa ada dua dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang dimiliki nilai Minusnya Tinggi, yaitu dimensi

Tangible dengan hasil $-1,96$ artinya dimensi pelayanan ini yang harus menjadi perhatian dan menjadi prioritas untuk dievaluasi dan tingkatkan lagi kualitas pelayanannya oleh pihak PT Pos Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Mengingatnya fungsi fasilitas dan layanan pada PT Pos Indonesia bahwa lebih ditingkatkan pelayanan yang baik demi terciptanya peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Disarankan agar dimensi kualitas pelayanan berdasarkan *Tangible* yang menunjukkan pengaruh signifikan yang lemah untuk menjadi perhatian dengan menyediakan staf yang handal, memberikan pelayanan yang cepat dan tidak pilih kasih, yang akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan hendaknya pihak manajemen lebih memfokuskan perhatiannya lalu kepastian atau jaminan untuk menjaga agar pelanggan lebih mempercayai atas pelayanan jasa di PT Pos Indonesia

D A F T A R P U S T A K A

- Bakhtiar Arfan, Susanty Aries dan Marsay Fildariani. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano (Studi Kasus, PT PLN UPJ Semarang Selatan). Semarang: Jurnal Ilmiah Kursor Vol. 5, No.2 Mei 2010 : 70-84
- Djunaidi Much, Setiawan Eko dan Hariyanto Tri. 2006. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. Surakarta: Jurnal Ilmiah Kursor Vol. 4, No. 3 April 2006: 139-146
- Fitzsimmons. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Bandung: Jurnal Ilmiah Kursor Vol. 2, No. 5 Juli 2014: 120-125
- Hadiyati, Ernani. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). ISSN: 2085-0972. Malang: Jurnal Ilmiah Kursor Vol.2, No.2 Juli-Desember 2010:81-90
- Harto, Budi. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Servqual dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bekel Resmi BAJAJ Padang). ISSN: 2338-2724. Padang: Jurnal Ilmiah Kursor Vol.3, No.1 April: 20-30
- Kusumadewi, Sri dan Hari Purnomo, 2010. Aplikasi Logika Fuzzy untuk Pendukung Keputusan. Jogjakarta: Graha Ilmu
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel Marimaya. Surabaya: Jurnal Ilmiah Kursor Vol.3, No.2 September 2008: 30-42
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta
- Suharyanta, Dwi dan A'yunin, Qurrota. 2011. Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) Fuzzy di Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Penembahan Senopati Bantul. ISSN :1978-0575. Yogyakarta: Jurnal Ilmiah Kursor Vol. 2, No. 2 Juli-Desember 2010: 81-90
- Suparman dan Dahlan, Sakuri. 2015. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual pada PDAM Tirta Wijaya Cilacap. ISSN: 1978-2497 Purwokerto: Jurnal Ilmiah Kursor Vol. 7, No. November 2015: 33-42

Zeithaml dan Bitner. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah. Yogyakarta: Jurnal Ilmiah Kursor Vol.3, No.4 September 2008: 149-158

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

Nim : 11161219
Nama Lengkap : Fitria Ikawaty
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 08 Februari 1983
Alamat lengkap : Jl. Puspa rt 13/06 no 15
Utari Kayu Selatan Matraman Jaktim

II. Pendidikan

a. Formal

1. SDN 10 di Jakarta, Lulus Tahun 1994
2. SMPN 265 di Jakarta, Lulus Tahun 1997
3. SMK SDM Jakarta, Lulus Tahun 2000
4. AMIK BSI di Jakarta, Lulus Tahun 2011

III Riwayat Pengalaman berorganisasi atau Pekerjaan

1. Bekerja di PT Datakom Jakarta Timur, Tahun 2000 s.d tahun 2003
2. *Frontliner* di AHASS Jakarta, Tahun 2003 s.d tahun 2008
3. Bekerja di PT Pos Indonesia (PERSERO) Jakarta, Tahun 2008 s.d sekarang.



Jakarta, 08 Agustus 2017



Fitria Ikawaty

**LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI****STMIK NUSA MANDIRI JAKARTA**

NIM : 11161219
Nama : Fitria Ikawaty
Dosen Pembimbing II : Dwi Yuni Utami M. Kom
Judul Skripsi : **Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual***



No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	21 April 2017	Pengajuan Judul dan Bab I	
2.	28 April 2017	Revisi Bab I dan pengajuan Bab 2	
3.	05 Mei 2017	Revisi Bab 3	
4.	19 Mei 2017	Acc Bab 3 dan pengajuan Bab 4	
5.	22 Mei 2017	Pengecekan pembahasan penelitian	
6.	09 Juni 2017	Acc Bab 4 dan pengajuan Bab 5	
7.	07 Juli 2017	Acc bab 4 dan pengajuan Bab 5	
8.	28 Juli 2017	Acc keseluruhan buat tgl 8 Agustus	

**Catatan untuk Dosen Pembimbing I
Bimbingan Skripsi**

- Dimulai pada tanggal : 21 April 2017
- Diakhiri pada tanggal : 08 Agustus 2017
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8 (delapan) Pertemuan

Disetujui oleh,

' Dosen Pembimbing II

(Dwi Yuni Utami M. Kom)

	LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
	STMIK NUSA MANDIRI JAKARTA

NIM : 11161219
 Nama : Fitria Ikawaty
 Dosen Pembimbing I : Suharjanti M. Kom
 Judul Skripsi : **Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual**



No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	21 April 2017	Pengajuan Judul dan Bab I	<i>[Signature]</i>
2.	28 April 2017	Revisi Bab I dan pengajuan Bab 2	<i>[Signature]</i>
3.	05 Mei 2017	Revisi Bab 3	<i>[Signature]</i>
4.	19 Mei 2017	Acc Bab 3 dan pengajuan Bab 4	<i>[Signature]</i>
5.	22 Mei 2017	Pengecekan pembahasan penelitian	<i>[Signature]</i>
6.	09 Juni 2017	Acc Bab 4 dan pengajuan Bab 5	<i>[Signature]</i>
7.	07 Juli 2017	Acc bab 4 dan pengajuan Bab 5	<i>[Signature]</i>
8.	28 Juli 2017	Acc keseluruhan buat tgl 8 Agustus	<i>[Signature]</i>

Catatan untuk Dosen Pembimbing I
Bimbingan Skripsi

- Dimulai pada tanggal : 21 April 2017
- Diakhiri pada tanggal : 08 Agustus 2017
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8 (delapan) Pertemuan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing I

(Suharjanti M. Kom)



PT POS INDONESIA (PERSERO)
KANTOR POS 1 JAKARTA PUSAT 10000
Jalan Lap Banteng Utara no 1
Jakarta Pusat 10000
Tel. 021- 3513125

SURAT KETERANGAN RISET

No.14409/PKL/SI-NURI/B3/VII/17

Perihal: Surat Keterangan Selesai Riset/PKL

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwijo Syahputra
Jabatan : Manajer Pelayanan

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut dibawah ini :

Nama : Fitria Ikawaty
NIM : 111611219
Jurusan : Sistem Informasi

Adalah benar sudah melakukan riset di PT Pos Indonesia terhitung sejak tanggal 16 Mei 2017 samapai dengan tanggal 15 Juni 2017, untuk keperluan Skripsi di STMIK Nusa Mandiri dengan judul "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Di PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*".

Demikian surat keterangan ini dibuat sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya. Segala resiko yang timbul baik sekarang maupun dikemudian hari adalah sepenuhnya menjadi tanggung jawab pribadi.

Pejabat yang mendatangi surat ini dibebaskan dari segala tanggung jawab dan tuntutan dimasa mendatang atas tindakan dan kejadian yang berkaitan dengan nama atau atas dikeluarkannya surat keterangan ini.

Jakarta, 19 Juli 2017

Dwijo Syahputra

Manajer Pelayanan

7. Lamanya menjadi pelanggan Kantorpos

01-05 Tahun

6-10 Tahun

11-15 Tahun

16 Tahun Keatas

B. Petunjuk Pengisian

1. Daftar pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
2. Isilah pertanyaan dibawah ini menyangkut harapan anda dan pelayanan yang anda rasakan dalam mengajukan klaim sesuai skala penilaian yang tersedia dengan memberi tanda **contreng (√)** pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini.

SKALA PENILAIAN	
Harapan Pelanggan	Persepsi Pelanggan
1 = Sangat Tidak Penting	1 = Sangat Tidak Puas
2 = Tidak Penting	2 = Tidak Puas
3 = Cukup Penting	3 = Cukup Puas
4 = Penting	4 = Puas
5 = Sangat Penting	5 = Sangat Puas

Lampiran A

Kepada,

50

No Responden

Bapak/Ibu/Sdr(i) Pelanggan Kantor Pos

Di Jakarta

Dalam rangka melakukan penelitian mengenai: "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*". Bapak/Ibu/Sdr(i) pelanggan Kantor Pos, dimohon bantuannya untuk memberikan pendapat sebagai masukan guna mendapatkan informasi yang berguna. Untuk itu, kami berharap kesediaan Bapak/Ibu/Sdr(i) untuk mengisi kuesioner, sesuai dengan petunjuk yang tersedia. Semua informasi yang Bapak/Ibu/Sdr(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian dalam rangka tugas akhir (skripsi). Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr(i) kami ucapkan Terima Kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama

SLAMET HERMAWAN

2. Pekerjaan

.....

3. Usia

38 Tahun

4. Jenis Kelamin

☒

Laki-laki

Wanita

☐

5. Tingkat Pendidikan Terakhir

☐

Sekolah Dasar

☐

Diploma

☐

Sekolah Lanjutan Pertama

☐

Sarjana

☒

Sekolah Lanjutan Atas

☐

Pasca Sarjana

6. Pekerjaan

☐

Pegawai Negeri

☐

Wiraswasta

☐

BUMN

☐

Mahasiswa/Pelajar

☐

Pegawai Swasta

☐

Pensiunan

[illegible]

No	Pertanyaan	Harapan					Persepsi				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	<i>Assurance (Jaminan)</i>	SKALA PENILAIAN					SKALA PENILAIAN				
1	Memberikan keamanan barang pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman pos					✓				✓	
2	Keramahan dan kesopanan petugas kepada pelanggan				✓				✓		
3	Memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan				✓				✓		
4	Kemampuan untuk menjawab pertanyaan				✓				✓		
5	Petugas terampil dalam menangani pelanggan				✓				✓		
	<i>Empathy (Empati)</i>										
1	Bertutur sapa dan bertutur kata dengan baik								✓		
2	Memberikan solusi terhadap keluhan kepada pelanggan				✓				✓		
3	Mengutamakan kepentingan pelanggan					✓				✓	
4	Jam pelayanan Kantorpos sesuai kebutuhan pelanggan				✓				✓		
5	Memiliki rasa pengertian akan kebutuhan pelanggan				✓					✓	

Jakarta, Juli 2017

Ttd.

(.....)