

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *POSPAY* TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO)  
KANTOR POS CABANG MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Melati Napu

NIM. 1841008

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
MANADO  
1444 H/2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Melati Napu

NIM : 18.4.1.008

Program : Sarjana (Strata 1)

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 26 Oktober 2022

Saya yang menyatakan



Melati Napu  
NIM. 18.4.1.008

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado  
Di  
Manado.

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Melati Napu

Nim : 18.4.1.008

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Cabang Manado

Sudah dapat diajukan untuk ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Oleh:

**Pembimbing I**



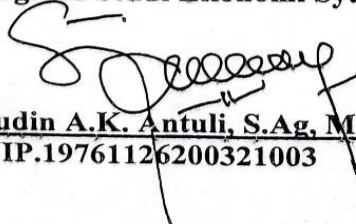
Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum  
NIP. 1978803242006042003

**Pembimbing II**



Nur Shadiq Sandanula, M.E  
NIP. 199403152019032018

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**



Samsudin A.K. Antuli, S.Ag, M.A  
NIP.19761126200321003

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Manado” yang disusun oleh Melati Napu NIM : 18.4.1.008 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah di uji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, 7 Desember 2022

dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah.

Manado, 4 Januari 2023 M

12 Jumadil Akhir 1444 H

### DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

Sekretaris : Nur Shadiq Sandimula, M.E

Munaqisy I : Dr. Ridwan Tabe, S.Pd, M.Si.

Munaqisy II : Mutiara Nurmanita, M.Pd.

Pembimbing I : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

Pembimbing II : Nur Shadiq Sandimula, M.E



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

NIP. 197803242006042003

## TRANSLITERASI

Transliterisasi Arab-Latin berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Transliterisasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

**a. Konsonan Tunggal**

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	!
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
سّ	Sy	ء	’
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

**b. Konsonan Rangkap**

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

أحمدية : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

**c. Ta' Marbutāh di Akhir Kat**

- 1) Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūrīyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- 2) Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمةالله : ditulis *Ni'matullah*

زكاةالفت : ditulis *Zakāt al-Fitr*

**d. Vokal Pendek**

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

**e. Vokal Panjang**

- 1) “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* ( ¯ ) di atasnya.

- 2) Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathhah* + *wawu* mati ditulis “au”.

**f. Vokal-vokal Pendek Berurutan**

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘):

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

**g. Kata Sandang Alif + Lam**

- 1) Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-furqān*

2) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

#### **h. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

#### **i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat**

1) Ditulis kata per kata atau :

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islām*

تاج الشريعة : *Tāj asy-Syarī'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tasawwural-Islāmī*

#### **j. Lain-lain**

Kata-kata yang sudah di-bakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, *dsb.*, ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.



## ABSTRAK

**Nama Penyusun** : Melati Napu  
**NIM** : 18.4.1.008  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Kualitas Layanan *Pospay* Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan *Pospay* Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, data penelitian diperoleh dari pelanggan PT. Pos Indonesia dengan menggunakan kuisioner dengan jumlah responden 96 orang yang diambil berdasarkan rumus Lemeshow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t diketahui nilai signifikansi (Sig) pada variabel kualitas layanan *pospay* (X) adalah sebesar 0.000 nilai dikatakan  $< 0.05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 atau hipotesis diterima. Kemudian nilai t hitung pada variabel kualitas layanan *pospay* sebesar  $13.734 > 1984$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 dapat diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan *Pospay* (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dan pada hasil Uji Koefisien Determinasi R Square diperoleh hasil sebesar 0.658 atau sekitar 65,8% yang berarti bahwa variabel X (Kualitas Layanan *Pospay*) memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 65,8%.

**Kata kunci** : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, *Pospay*



## ABSTRACT

Name : Melati Napu  
Student Number : 18.4.1.008  
Title : The Effect of *Pospay* Service Quality on Customer Satisfaction towards PT. Pos Indonesia (Persero) Manado Branch Office

This study determines the effect of *Pospay* service quality on customer satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Manado Branch Office. The method used in this study is a quantitative method with a descriptive approach, research data obtained from customers of PT. Pos Indonesia using a questionnaire with a total of 96 respondents taken based on the Lemeshow formula. The results showed that based on the t test it is understood that the significance value (Sig) on the *pospay* service quality variable (X) was 0.000, the value was said to be  $< 0.05$ , so it could be concluded that  $H_1$  or the hypothesis was accepted. Then the calculated t value on the *pospay* service quality variable is  $13,734 > 1984$ , so it can be concluded that  $H_1$  can be accepted and  $H_0$  is rejected. This means that there is an influence between the *Pospay* Service Quality variable (X) on the Customer Satisfaction variable (Y). And on the results of the R Square Determination Coefficient Test, a result of 0.658 or around 65.8% is obtained, which means that the X variable (*Pospay* Service Quality) has a strong influence on the Y variable (Customer Satisfaction) of 65.8%. So it can be concluded that the independent variable (*Pospay* service quality) has a significant effect on the dependent variable.

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Service Quality, Pospay*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT. Karena berkat rahmat hidayah serta izin-Nyalah sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Tak lupa pula shalawat serta salam kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Agung serta Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh akan ilmu pengetahuan seperti sekarang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Cabang Manado.

Tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, serta dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih sebesar besarnya terlebih kepada:

Kedua orang tua peneliti, Papa Harsono Napu dan Mama Rosna Husain karena berkat doa, kasih sayang, serta dukungan kedua-nya lah peneliti bisa sampai di tahap sekarang.

Tak lupa pula ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada yang terhormat:

1. Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D selaku Rektor IAIN Manado.
2. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku wakil rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Radlyah H. Jan, SE., M.Si selaku Wakil Rektor II Bidang AUAK, dan Dr. Musdalifah Dachrud, S.Ag, S.Psi, M.Si selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Wakil Dekan I Bidang Akademik

dan Pengembangan Lembaga Dr. Andi Mukarramah Nagauleng M.Pd. Wakil Dekan II Hj. Ridwan Jamal M.HI. Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Wakil Dekan III Dr Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs., Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

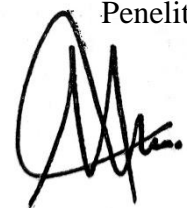
4. Kabag Fakultas dan Kasubag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fanny Zaman, S.Ag. & Emil Y. Rowian S.E beserta staf.
5. Kepada Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, Ibu Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Nur Shadiq Sandimula, M.E selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan, dorongan, dukungan, bimbingan, dan saran yang sangat amat membangun dan membantu dalam proses peneliti menyelesaikan studi di IAIN Manado.
6. Bapak/Ibu Dosen serta staf pengajar dengan ikhlas mendidik, dan memberikan ilmu selama peneliti melaksanakan perkuliahan di IAIN Manado.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Manado Dr. Nenden Herawaty, M.H., beserta seluruh stafnya.
8. Bapak/Ibu Pegawai serta Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado atas kerjasamanya yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Bapak Syarifudin Ali Solichin, Ibu Marvie Gomies, Kakak Janueresty, Kakak Elys Elyana yang turut membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan Kuliah Kerja Profesi (KKP) di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado.
10. Keluarga tersayang atas dukungan dan doa-nya sehingga peneliti bisa sampai di tahap menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terutama untuk Kakak Mulyati Napu dan Suami Ramadhan Badawi, Cici Chamelia Muchsin dan Adik Nahla Badawi.
11. Suharjo Bonde terima kasih atas dukungannya yang telah menemani peneliti dari awal perkuliahan sampai pada menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

12. Sahabat tersayang Dhea Oliy, Mahwiya Daeng Mile, Ida Aidha, Usman, Ayu Papatungan, Dinda Salsabila, Larasati Abidin terima kasih karena selalu kebersamai dan turut membantu peneliti baik di saat senang maupun keadaan sulit.
13. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah A angkatan 2018 yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjuangan studi di IAIN Manado.
14. Sahabat-Sahabat seperjuangan PMII Metro IAIN Manado Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjuangan studi di IAIN Manado.
15. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga amal baik semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.
16. Dan yang terakhir terima kasih untuk diri sendiri yang bisa tetap konsisten dan semangat dalam mengerjakan tugas akhir skripsi sampai pada saat ini.

Dan pada akhirnya, semua peneliti serahkan kepada sang Maha segalanya Allah SWT untuk menentukan yang seharusnya ditakdirkan.

Manado, 26 Oktober 2022

Peneliti



Melati Napu

## MOTO

---

*Selalu ada harapan bagi mereka yang selalu berdoa. Selalu ada jalan bagi mereka yang selalu berusaha.*  
*-Anonym*

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b>	
<b>Lembar Pernyataan Keaslian</b> .....	<b>ii</b>
<b>Lembar Persetujuan Pembimbing</b> .....	<b>iii</b>
<b>Lembar Pengesahan Skripsi</b> .....	<b>iv</b>
<b>Transliterasi</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>viii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ix</b>
<b>Motto</b> .....	<b>xii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Kegunaan Penelitian.....	5
G. Definisi Operasional.....	6
H. Penelitian terdahulu.....	7
<b>BAB II Landasan Teori</b> .....	<b>12</b>
A. Pelayanan.....	12
B. Kepuasan Pelanggan.....	19
C. Teknologi Informasi.....	24
D. Pospay.....	28
E. Hipotesis.....	29

<b>BAB III Metode Penelitian</b> .....	<b>31</b>
A. Metode Penelitian.....	31
B. Populasi.....	31
C. Sampel.....	31
D. Lokasi Penelitian & Waktu.....	32
E. Sumber Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Instrumen Penelitian .....	34
H. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV Hasil Penelitian</b> .....	<b>40</b>
A. Gambaran Perusahaan.....	40
B. Hasil Penelitian .....	45
C. Pembahasan .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Penelitian .....	34
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pos Cabang Manado .....	44
Tabel 4.2 Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Alamat .....	47
Tabel 4.6 Data Variabel X Kualitas Layanan Pospay.....	48
Tabel 4.7 Data Variabel Y Kepuasan Pelanggan .....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas Kualitas Layanan Pospay .....	50
Tabel 4.9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel 4.12 Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.13 Uji Linearitas.....	54
Tabel 4.14 Regresi Linear Sederhana .....	55
Tabel 4.15 Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	57
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi .....	58

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pos Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negeri (BUMN), sebagai organisasi yang bergerak di bidang pelayanan publik di industri kurir. Sebelumnya, PT. Pos adalah jasa pos dan pergerakan barang namun sejak berlakunya Undang-Undang Pos No. 38/2009, pengertian pos juga mencakup jasa komunikasi kurir, pesan, elektronik, transaksi keuangan, parcel, dan logistik.<sup>1</sup> Di era digitalisasi ini masyarakat cenderung menyukai hal-hal yg bersifat instan dan dapat dijangkau dengan mudah melalui teknologi. Hal ini menyebabkan berbagai jenis produk perusahaan diinovasikan kedalam model digital.

Terbentuknya UU Pos No. 38/2009 membuka peluang usaha jasa pos bagi perusahaan swasta. Ongkos kirim hanya dilakukan oleh PT Pos dan merupakan penghalang masuk. Kedua, dalam Pasal 4 Bab III UU 38/2009, pengelolaan email dilakukan oleh perusahaan yang berbadan hukum seperti BUMN, BUM Daerah atau Swasta. Ditandai dengan menjamurnya industri yang menawarkan dan menjual jasa pengiriman seiring perubahan industri pos, PT. Posisi yang diberikan tetapi tidak dapat mencapai tujuan perusahaan karena ketidakmampuannya untuk bersaing dengan perusahaan lain.

Untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap PT Pos, PT Pos berupaya meningkatkan kinerja dan mengoptimalkan kualitas pelayanan yang prima agar tidak mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan selama ini. Salah satu upaya yang

---

<sup>1</sup> Rifqi Dwi Putra, 'Platform Digital Berbasis Giropos: Inovasi Pelayanan Publik Di Masa Covid-19 (Studi Di PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung)', *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 3.3 (2021), 361–76 <<https://doi.org/10.23960/ADMINISTRATIVA.V3I3.105>>.

efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan di bidang pos adalah pemanfaatan teknologi informasi.<sup>2</sup>

Pemanfaatan teknologi informasi ditandai dengan diluncurkannya Pospay, Produk jasa keuangan dari PT. Pos ini memberikan segala kemudahan bagi penggunanya yang ingin mengakses layanan Pos dengan mudah dan cepat hanya dengan menggunakan *smartphone*. Oleh karena itu PT. Pos Indonesia khususnya Kantor Pos Cabang Utama Manado dengan seiring berjalannya waktu terus mengembangkan dan memperkenalkan Pospay kepada setiap pelanggan pengguna jasa Pos yang datang ke Kantor Pos untuk beralih menggunakan Pospay disetiap kebutuhan transaksi keuangan yang ingin mereka lakukan di Kantor Pos. Seperti Pembayaran PDAM, PLN, BPJS, BPJSSTK, PBB, Asuransi, Pembayaran Angsuran Multifinance, Transfer antar bank, Penarikan Saldo, serta pembelian pulsa segala jenis operator, bisa dengan mudah di akses lewat Pospay.

Pospay merupakan salah satu produk layanan jasa keuangan dari PT. Pos Indonesia (Persero). Pospay diterapkan di seluruh kantor cabang PT Pos (Persero) tidak terkecuali di Kantor Pos Cabang Utama Manado. Penerapan produk layanan jasa Pospay di Kantor Pos Cabang Utama Manado cukup diminati oleh masyarakat, tidak sedikit pelanggan yang menggunakan layanan tersebut. Keunggulan pelayanan Pospay di masyarakat dirasa sangat membantu masyarakat dalam hal pembayaran di berbagai tagihan cukup dengan hitungan menit pembayaran sebanyak apapun bisa terselesaikan dengan mudah dan cepat. Selain Pospay bisa mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan Pos, Pos juga menawarkan peluang bisnis untuk masyarakat yang

---

<sup>2</sup> Atjih Ratnawati and others, *Studi Pemanfaatan Layanan Pospay Pada Masyarakat Di Kota Mataram*. h. 2

ingin menjadi Agen Pospay, dengan harapan masyarakat bisa menjadi mitra dan bekerja sama dengan Pos Indonesia.<sup>3</sup>

Seiring dengan penerapannya Pospay tidak luput dari kesempurnaan tentunya masih ada beberapa kekurangan baik dari permasalahan teknis sistem maupun akses jaringan dari Pospay yang dapat menjadi kendala dalam penerapannya. Mengingat produk layanan Pospay adalah salah satu produk unggulan dari sebelumnya yang sudah pernah ada yaitu *Pos Giro Mobile*.

Manado memiliki beberapa Mitra PT. Pos Indonesia yang memanfaatkan layanan serba *Online* seperti di bidang Multifinance : Adira Finance, Summit Oto Finance, Mandiri Tunas Finance, FIF Finance, Kredit Plus, WOM Finance, SMS Finance, Mega Finance, Mandala Finance, ACC, Buana Finance, Mega Auto Central Finance, MNC Finance, Home Credit, Radana Finance, Smart Multi Finance, Trihamas, Oto Kredit Mobil/Motor, Artha Prima Finance, Pro Car International Finance, FIF Syariah, BFI Finance. Dan beberapa bidang lainnya seperti pembayaran PBB (pajak bumi dan bangunan), BPJS, BPJSTK, PDAM, PLN, Pembelian Pulsa Segala jenis operator dan juga beberapa jenis transaksi di berbagai Perbankan.

Ihwan Sutardiyanta mengatakan bahwasanya *Pos Giro Mobile* atau sekarang yang kita kenal dengan Pospay Ini adalah jawaban atas kebutuhan masyarakat yang berubah dengan cepat. Pos menyediakan layanan dan fasilitas sederhana untuk layanan transaksi keuangan mobile yang mudah diakses kapan saja, di mana saja. Anda juga dapat menggunakan akun virtual Anda untuk membayar hal-hal seperti uang sekolah.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos

---

<sup>3</sup> Rizki Kartika, Eva Hany Fanida *Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Penerapan Layanan Jasa Keuangan Pospayment (POSPAY) di Kantor Pos Cabang Simpang Surabaya.*

Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Cabang Manado” untuk mengetahui apakah Pospay berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam upaya transformasi pelayanan digital yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia khususnya Kantor Pos Cabang Manado. Adapun alasan peneliti tertarik untuk mengangkat judul di atas karena peneliti melihat tingkat penambahan pengguna layanan pospay yang terus bertambah setiap harinya hal ini dapat dilihat dari hasil rekapan data penambahan pengguna *Pospay* mencapai 247 pengguna baru dalam setiap bulannya hal ini dilakukan oleh peneliti pada saat menjalani Kuliah Kerja Profesi di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado. (Sumber Kantor Pos Cabang Manado)

## **B. Identifikasi Masalah**

Pospay merupakan transformasi digital produk Pos bidang Jasa Keuangan. Pospay juga merupakan versi sempurna dari produk terdahulu yaitu Giro Pos, PT. Pos Menghadirkan Pospay untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses segala jenis layanan pembayaran di PT. Pos Indonesia. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, identifikasi masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. PT. Pos meluncurkan Pospay untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya yang ingin mengakses layanan Pos.
2. Kualitas Layanan Pospay dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos Cabang Manado
3. Beberapa kali ditemui kendala teknis jaringan dalam penerapan layanan *Pospay*.

## **C. Batasan Masalah**

Melihat luasnya masalah yang akan dibahas maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkupnya agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian, serta dapat mempermudah proses analisa itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti membatasi permasalahan yang akan dikaji, yaitu

apakah kualitas layanan Pospay berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Manado.

#### **D. Rumusan Masalah**

Apakah Kualitas Layanan Pospay berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Cabang Manado?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Pospay terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Manado.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan teori dibidang pemanfaatan layanan publik dan menciptakan inovasi yang bisa mempermudah dan memberikan kepuasan pada masyarakat.

##### 2. Kegunaan Praktis

###### a. Untuk Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ataupun referensi dalam peningkatan pengetahuan dan belajar untuk menganalisa permasalahan yang ada serta memecahkan masalahnya

###### b. Untuk Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan dalam mengambil alternatif keputusan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting bagi pelanggan.

###### c. Untuk Akademik

Bagi Akademik diharapkan adanya kajian lanjutan dalam menyempurnakan penelitian ini lewat penambahan jumlah variabel, populasi, sampel sehingga objek penelitiannya lebih luas.

## G. Definisi Operasional

### 1. Kualitas Layanan Pospay (X)

Kualitas Layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta keinginan dan ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, pada penelitian ini yang dimaksud adalah Kualitas Layanan Pospay. Terdapat beberapa faktor penentu kualitas layanan jasa yaitu sebagai berikut :

- a. *Reliability* (Keandalan) : Pelanggan mampu mengandalkan Pospay ketika ingin bertransaksi di PT. Pos Indonesia.
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) : Pelanggan mampu mengakses Pospay dengan mudah.
- c. *Assurance* (Jaminan) : PT. Pos mampu memberikan jaminan kepada pelanggan pengguna Pospay agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.
- d. *Empathy* (Empati) : PT. Pos memberikan edukasi mengenai layanan Pospay serta produk jasa lainnya.
- e. *Tangible* (Bukti langsung) : PT. Pos memberikan bukti langsung kepada pelanggan Pospay dengan memberikan *point* disetiap transaksinya.

### 2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah anggapan pelanggan terhadap suatu produk yang memenuhi harapan pelanggan. Apabila kinerja dari suatu produk memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada pelanggan lain. Yang diukur menggunakan indikator penelitian seperti kesesuaian harapan, minat berkunjung Kembali, dan kesediaan merekomendasi



## H. Penelitian Terdahulu

1. Olivia Mimin Trisnawati, Syaifuddin Fahmi (2017)

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). Hasil dari penelitian ini adalah hasil uji T menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil analisis hipotesis diketahui bahwa 55,7% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *reliability*, *efficiency*, *privacy*, dan *fulfillment*, sedangkan 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Berdasarkan keseluruhan variabel, *reliability* memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah pengguna *SimobiPlus*. Relevansi pada penelitian ini yaitu terletak pada hasil pengujian uji T dimana pada penelitian ini variabel X memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap variabel Y yaitu sebesar 65,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan perbedaannya terletak pada studi kasus dan produk yang diteliti.

2. Deni Pradana Syahputri (2019)

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam. Hasil pembahasan pada penelitian ini dari hasil penelitian berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 responden. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah pria yaitu sebanyak 63 orang (63%) sedangkan responden wanita sebanyak 37 orang (37%). Semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,197. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari

responden terhadap kondisi dari masing – masing variabel penelitian. Relevansi pada penelitian ini terletak pada kualitas layanan yang diteliti dengan jumlah sampel yang sama dan menggunakan indikator yang sama pada variabel kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada studi kasus dan layanan pada penelitian ini berfokus pada *Pospay*.

3. Rachman Hakim & Kiptiyah (2021)

Pengaruh Layanan Pos Giro Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kabupaten Pamekasan. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada uji F variabel *efficiency*, *reliability* dan *fulfillment* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel *privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Relevansi pada penelitian ini terletak pada kualitas layanan yang diteliti dan menggunakan indikator yang sama pada variabel kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada studi kasus

4. Penelitian Lafitatul Astinah (2021)

Pengaruh Penggunaan Layanan Pospay Terhadap Tingkat Pendapatan PT. Pos Indonesia PERSERO (Studi Tentang Persepsi Pelanggan Kantor Pos di Kantor Pos Surabaya 60000). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $53,054 > F$  tabel sebesar 2,70 dan pada uji T terdapat pengaruh signifikan positif antara pengguna layanan Pospay dan tingkat pendapatan PT. Pos Indonesia dengan nilai 0,000. Sehingga, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan penggunaan layanan Pospay berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan Pos Indonesia. Relevansi pada penelitian ini terletak pada hasil penelitian yang sama-sama memiliki nilai positif antara pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

seangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu pada objek yang diteliti dan juga studi kasus yang berbeda.

5. Penelitian Atjih Ratnawati & Anton Susanto (2012)

Studi Pemanfaatan Layanan Pospay Pada Masyarakat di Kota Mataram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan Pospay yang diberikan PT. Pos bermanfaat bagi masyarakat. Masyarakat merasa aman mengadakan transaksi di Kantor Pos, layanan Pospay digunakan untuk pembayaran baik angsuran kredit kendaraan atau rumah, pembayaran listrik, air minum (PDAM), pajak telepon, pensiun, pembelian tiket pesawat ataupun kereta api. Dengan kualitas yang diberikan PT. Pos Indonesia kepercayaan masyarakat terhadap PT. Pos semakin meningkat. Relevansi pada penelitian ini yaitu mengangkat topik bahasan tentang pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Mando. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian dimana penelitian terdahulu ini menggunakan dua metode atau *mixed method* dan juga pada studi kasus yang berbeda.

6. Penelitian Erya Qorika, Heny Sidanti, Dian Citaningtyas Ari Kadi (2022)

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia Cabang Magetan). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan populasi pada pengguna aplikasi Pospay pada PT. Pos Indonesia Cabang Magetan dengan jumlah sampel sebanyak 252 responden dan menggunakan metode *Purposive sampling*.

Relevansi penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel serta produk yang diteliti dan kualitas layanannya. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu ini memiliki cakupan pada persepsi harga sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan juga penelitian ini memiliki studi kasus yang berbeda.

7. Penelitian Silvia Astri Pringgadini dan Robertus Basiya (2022)

Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Security*, dan Risiko Terhadap Minat Pengguna *E-Payment* Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis dampak kepercayaan, persepsi keamanan, dan risiko terhadap kepentingan pengguna pembayaran elektronik. Teknik pengambilan sampel digunakan untuk melakukan sampling bertarget dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran elektronik Pospay, sedangkan variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat pengguna pembayaran elektronik Pospay.

Relevansi penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan produk yang diselidiki. Meskipun perbedaannya terletak pada pokok bahasan penelitian, penelitian sebelumnya ini berfokus pada kepercayaan pengguna *e-payment* Pospay, persepsi keamanan, dan risiko terhadap keuntungan (selama studi pengguna Pospay di Kantor Pos Pati). Kami fokus pada kepuasan pelanggan mengenai kualitas layanan Pospay.

8. Penelitian Putri Oktaviani, Sasi Utami, Budi Santoso (2018)

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Pada hasil penelitian terdapat hasil yang positif dan

signifikan Daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. Relevansinya pada penelitian ini yaitu berkaitan dengan kualitas layanan dari PT. Pos Indonesia dan menemukan hasil yang positif serta signifikan, hal ini bermakna PT. Pos Indonesia tetap konsisten dan memberikan layanan prima terhadap konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada studi kasus dan fokus permasalahan yang dibahas.

9. Penelitian Heni Rohaeni dan Nisa Marwa (2018)

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Primajasa Perdanarayutama Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dampak kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji koefisien korelasi dan diperoleh hasil uji kepastian. Hal ini sangat besar dan berdampak sehingga kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Namun, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Relevansi penelitian ini adalah membahas dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada berbagai studi kasus.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pelayanan

##### 1. Pengertian Pelayanan

Secara sederhana, istilah pelayanan dapat diartikan melakukan sesuatu untuk orang lain. Ada tiga kata dalam istilah ini: layanan, layanan, layanan. *Service-as-a-service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud atau sektor industri seperti pendidikan, kesehatan, asuransi, dan perbankan. Istilah *service-as-a-service* berarti segala sesuatu yang dilakukan oleh satu pihak (individu atau kelompok) kepada pihak lain (individu atau kelompok).<sup>4</sup>

Menurut Kotler, pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan hak milik.<sup>5</sup> Berdasarkan Keputusan Menteri Pemberdayaan Lembaga Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilakukan sebagai upaya penyelenggara pelayanan publik.<sup>6</sup>

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi) (2012).

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat) (2002).

<sup>6</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar) (2005).

dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.<sup>7</sup> Sedangkan pengertian pelayanan untuk lebih sederhana yaitu “suatu Gerakan maupun rangkaian latihan yang tidak bisa dilihat dengan kasat mata akan terjadi karena hubungan sekitar pembeli dan pegawai maupun dengan hal lain yang disebabkan pada kerjasama yang direncanakan dalam menangani permasalahan nasabah”

Dengan demikian, produk jasa mungkin dapat dihubungkan dengan produk yang sebenarnya, pelayanan adalah suatu tindakan maupun keuntungan yang bisa diberikan suatu pihak pada pihak yang lain dengan dasar yang memiliki sifat teori juga tidak Kemudian dalam bukunya Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, Melayu Hasibuan mengatakan sebuah layanan merupakan suatu tindakan menawarkan jenis pelayanan yang dimulai pada pihak satu untuk pihak yang lain. Layanan yang tepat yaitu layanan yang dilaksanakan melalui cara yang baik, ketepatan, keadilan, cepat juga bermoral sehingga dapat melengkapi keinginan dan kebutuhan bagi para nasabah yang menerima.

## 2. Kualitas Layanan

Menurut Wyckop, kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengelola tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>8</sup> Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Meskipun definisi ini bersifat *consumer-centric*, bukan berarti penyedia jasa harus memenuhi kebutuhan seluruh konsumen dalam menentukan kualitas jasa. Dengan kata lain, ketika menentukan kualitas layanan, perusahaan tidak hanya harus

---

<sup>7</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta) (2010).

<sup>8</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada) (2006).



memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga mempertimbangkan ketersediaan sumber daya yang memadai di dalam perusahaan.

Kualitas adalah jantung dari kelangsungan hidup sebuah institusi. Kualitas pelayanan tidak boleh diabaikan jika sebuah institusi ingin bertahan dan berkembang lebih jauh. Pelanggan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik.

Service quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataannya ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari yang diharapkan maka pelayanan dinyatakan tidak bermutu.<sup>9</sup> Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam persepsi konsumen dan juga sangat penting pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin baik citra layanan tersebut di mata konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*received service*). Jika layanan yang diterima wajar atau tidak wajar,

Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan diakui ideal (*service excellent*). Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka persepsi kualitas pelayanan menjadi buruk atau tidak memuaskan. Oleh karena itu, layanan yang baik tergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan pengguna.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Rambat Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3* (Yogyakarta: Andi) (2011).

### 3. Standar Pelayanan

Penawaran layanan publik harus menunjukkan standar layanan dan dipublikasikan sebagai jaminan keamanan kepada penerima layanan. Standar pelayanan adalah ukuran standar dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang harus dipatuhi oleh pemberi dan/atau penerima pelayanan.<sup>11</sup> Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 dan Penegakan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Kantor Pos, konsep standar pelayanan digunakan sebagai pedoman dalam penyelenggaraan pelayanan dan sebagai acuan penilaian kualitas pelayanan. Kewajiban dan janji promotor kepada masyarakat akan pelayanan yang cepat, mudah, terjangkau dan berkualitas.<sup>12</sup>

Menurut Keputusan MENPAN No. 63 Tahun 2004, standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi:

- a. Prosedur Pelayanan Prosedur pelayanan standar bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan.
- b. Waktu Pemrosesan Waktu pemrosesan ditentukan sejak permohonan diajukan hingga layanan diberikan, termasuk pengaduan.
- c. Biaya Layanan Biaya atau tugas layanan termasuk rincian yang ditentukan dalam proses pemberian layanan.
- d. Produk jasa hasil layanan yang diperoleh berdasarkan persyaratan yang tertera.
- e. Sarana dan Prasarana Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

---

<sup>11</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih. h 23

<sup>12</sup> *Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos.*

- f. Kompetensi Penyedia Jasa Kompetensi penyedia jasa ditetapkan secara tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.<sup>13</sup>

#### 4. Pelayanan Prima

Pengertian *service excellence* mengacu pada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan (konsumen). Pelayanan juga memberikan perasaan kepada konsumen bahwa mereka penting atau bahwa mereka diperlakukan secara adil dan wajar. Untuk memenangkan keunggulan kompetitif dalam industri jasa dengan tip layanan hebat ini, tidak hanya perlu melalui proses administrasi dengan cepat, tetapi juga tahu bagaimana memperlakukan pelanggan, yang dapat melayani mereka dengan baik dan membuat kesan positif dari sisi pelanggan.<sup>14</sup>

Menurut Nina Rahmawanty, pengertian *Service Excellent* adalah pelayanan yang luar biasa dan melebihi harapan pelanggan. Pada awalnya, pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan mengira mereka normal menurut standar umum yang ditawarkan oleh banyak perusahaan lain, tetapi ternyata ada tambahan tak terduga yang mengejutkan penawaran perusahaan. *Service Excellent* adalah layanan dengan kualitas yang khas. Ciri-ciri kualitas yang baik adalah kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empati yang digunakan staf pelayanan dalam melayani pelanggan, meninggalkan kesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan.<sup>15</sup> Definisi pelayanan yang baik menurut Barata mencakup tiga elemen utama: Artinya, untuk menunjukkan sikap melayani pelanggan, berusaha keras untuk melayani

---

<sup>13</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih. h. 23-24

<sup>14</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi : Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007). h.279

<sup>15</sup> Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010). h.17

pelanggan dengan cara terbaik, memiliki tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berkomitmen pada norma-norma berorientasi layanan tertentu.<sup>16</sup>

Untuk mencapai pelayanan prima, perusahaan harus: penampilan yang baik, ramah, semangat bekerja dan sikap selalu membantu, ketenangan di tempat kerja, tidak sombong bila diperlukan, baik departemen maupun bukan departemen atau memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dapat memahami dan memahami bahasa isyarat pelanggan (*gestures*), dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Namun, jika Anda dapat memberikan layanan yang sangat baik, perusahaan yang terlibat dapat memperoleh manfaat yang signifikan, terutama dalam bentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Barata, pelayanan yang baik terdiri dari enam elemen kunci sebagai berikut.<sup>17</sup>

- a. Kemampuan (*Ability*) Kemampuan adalah kompetensi yang mendukung program pelayanan yang unggul, seperti kemampuan untuk melakukan pekerjaan, berkomunikasi secara efektif, memotivasi, dan menggunakan hubungan masyarakat sebagai alat untuk memfasilitasi hubungan internal dan eksternal.
- b. Sikap (*attitude*) Sikap adalah perilaku yang perlu Anda tunjukkan ketika berhadapan dengan pelanggan.
- c. Penampilan (*appearance*) Penampilan seseorang dapat mencerminkan kepercayaan dan meyakinkan orang lain.
- d. Perhatian (*attention*) Perhatian merupakan hal yang harus dilakuka terhadap pelanggan, baik dalam hal memahami perhatian dan kebutuhan pelanggan, maupun saran dan kritik pelanggan.

---

<sup>16</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputibdo, 2004). h.26

<sup>17</sup> Atep Adya Barata. h.31

- e. Tindakan (*action*) Tindakan adalah aktivitas nyata yang perlu dilakukan saat melayani pelanggan.
- f. Tanggung jawab (*accountability*) Tanggung jawab adalah sikap melayani pelanggan untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan mereka.

Di sisi lain, menurut Tjiptono, pelayanan yang baik terdiri dari empat unsur utama:<sup>18</sup>

- a. Kecepatan
- b. Akurasi
- c. Keramahan
- d. Kenyamanan

Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan yang utuh dalam arti jika salah satu komponen hilang maka pelayanannya kurang baik (*excellence*).

##### 5. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan, yaitu:

- a. Dapat memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada konsumen..
- b. Membantu konsumen merasa dihargai dan dihargai untuk semua kebutuhan dan keinginan mereka.
- c. Upaya agar konsumen tetap loyal dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. (Yogyakarta : Andi) (2008) h.58

<sup>19</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi : Konsepsi Dan Aplikasi*. h.288

## 6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam bukunya Fandy Tjiptono, yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*) Keandalan yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan sejak awal..
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) mengacu pada kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan segera menanggapi permintaan pelanggan..
3. Jaminan (*Assurance*) mampu memberikan jaminan pengetahuan dan kesopanan staf, kepercayaan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan pelanggan..
4. Empati (*Empathy*) berarti bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya, bertindak atas nama mereka, mengurus mereka secara pribadi, dan memiliki jam kerja yang nyaman.
5. Bukti fisik (*Tangibles*) yang berkaitan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/peralatan, sumber daya manusia dan komunikasi kami.<sup>20</sup>

## B. Kepuasan Pelanggan

### 1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan.<sup>21</sup> Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan persepsi mereka terhadap suatu jasa

---

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2* (Yogyakarta: Andi) (2012).

<sup>21</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, IV (Jakarta: Gramedia, 2008). h. 110

atau produk dengan harapan mereka. Pada dasarnya, istilah kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan”.<sup>22</sup> Di sisi lain, menurut Westbrook & Reilly, kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional terhadap pengalaman yang terkait dengan produk atau layanan yang dibeli.<sup>23</sup>

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson dalam Usmara mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan kinerja sebelum membeli dan persepsi kinerja yang diterima konsumen setelah membeli.<sup>24</sup> Jika harapan kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka dikatakan konsumen mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya jika harapan sebelum membeli lebih kecil dari persepsi kinerja sebelum membeli maka konsumen mengalami kepuasan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggung jawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.<sup>25</sup> Oliver menjelaskan Kepuasan Pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.<sup>26</sup>

---

<sup>22</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama) (2003).

<sup>23</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management (Edisi 3)* (Jakarta: Ghalia Indonesia) (2001).

<sup>24</sup> A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Books) (2003).

<sup>25</sup> Ni Seminari, Ni Arie Sulistyawati, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4.8 (2015).

<sup>26</sup> Ni Arie Sulistyawati and Seminari.

Dari beberapa pengertian kepuasan tersebut, maka dapat diasumsikan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang sebagai hasil perbandingan antara kinerja yang dipersepsikan (kenyataan yang dialami) dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan mencakup perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelangganlah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa tersebut berkualitas atau tidak.<sup>27</sup>

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen/lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk/jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

## 2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan puas ketika harapan mereka terpenuhi dan sangat puas ketika harapan mereka terlampaui. Menurut irawan dalam buku Kotler, kepuasan pelanggan memiliki lima dimensi utama yaitu:

- a. *Price* (Harga) untuk pelanggan yang sensitif, harga rendah biasanya merupakan sumber kepuasan utama karena harganya sepadan dengan harganya. Untuk orang yang tidak peka terhadap harga, faktor harga ini relatif tidak penting.
- b. *Service Quality* (Kualitas Layanan) Kualitas Layanan sangat tergantung pada tiga faktor: sistem, teknologi, dan manusia. Kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan seringkali sulit untuk ditiru. Karena tidak mudah membentuk sikap dan perilaku yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Perlu dilakukan pembenahan, mulai dari proses rekrutmen, pelatihan dan budaya kerja.

---

<sup>27</sup> A. Usmara. h. 213



- c. *Product Quality* (Kualitas Produk) jika kualitas produk baik, pelanggan akan puas setelah membeli dan menggunakannya..
- d. *Emotional Factor* (Faktor Emosional) dilaporkan oleh konsumen atas kepuasan yang mereka terima dari menggunakan produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan percaya diri..
- e. *Efficiency* (Kemudahan) kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.<sup>28</sup>

### 3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, ada beberapa metode yang digunakan oleh setiap bisnis untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat cara untuk mengukur kepuasan pelanggan.

- a. Sistem Pengaduan dan Saran Perusahaan yang berpusat pada pelanggan menawarkan kesempatan luas bagi pelanggan untuk menyampaikan saran dan keluhan, seperti menawarkan kotak saran, kartu komentar, dan sebagainya. Informasi dari pelanggan ini memberikan informasi dan ide bagi perusahaan untuk merespon dengan cepat dan tepat ketika masalah muncul. Sehingga perusahaan mengetahui apa yang dikeluhkan pelanggan dan dapat segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada mengidentifikasi masalah dan mengumpulkan saran langsung dari pelanggan.
- b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)* Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan pembeli hantu untuk berpura-pura menjadi pelanggan potensial. Sebagai calon pembeli produk kami dan produk pesaing kami. Kami kemudian melaporkan wawasan tentang kekuatan dan

---

<sup>28</sup> Irawan, *Pengantar Ekonomi Perusahaan* (Yogyakarta: BPFE-UGM, 2004). h.37

kelemahan produk kami dan produk pesaing kami berdasarkan pengalaman kami membelinya. Selain itu, pembeli hantu juga dapat mengamati bagaimana keluhan yang ada baik dari afiliasi maupun pesaing ditangani.

- c. *Lost Consumer Analysis* Perusahaan menghubungi pelanggan atau setidaknya mencari tahu pelanggan mana yang telah membeli produk atau yang beralih pemasok untuk memahami mengapa pelanggan pindah ke tempat lain. Dengan meningkatnya pergantian pelanggan, peningkatan pergantian pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan tidak memuaskan pelanggannya.
- d. Survei Kepuasan Pelanggan Sebagian besar survei kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, termasuk survey yaitu suatu metode untuk memberikan kesan yang baik pada pelanggan, seperti surat, telepon, email, website, dan mendengar langsung (*feedback*) dari pelanggan.<sup>29</sup>

#### 4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indeks kepuasan Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan harapan adalah tingkat kesesuaian antara harapan konsumen terhadap kinerja produk dan persepsi konsumen terhadap kinerja produk. Meliputi :
  - 1. Produk yang saya terima melebihi ekspektasi saya.
  - 2. Produk yang saya terima melebihi ekspektasi saya.
  - 3. Dukungan yang diterima telah memenuhi atau melebihi harapan.
- b. Minat kunjungan ulang adalah kesediaan konsumen untuk mengunjungi kembali atau mengulangi pembelian produk terkait seperti:
  - 1. Minat berkunjung kembali karena stafnya sangat ramah.

---

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi) (2003). h.104

2. Tertarik untuk meninjau kembali produk tersebut karena nilai dan manfaat yang saya dapatkan setelah mengkonsumsinya.
  3. Tertarik untuk berkunjung kembali karena fasilitas pendukung yang diberikan sudah memadai.
- c. Kesiapan untuk Merekomendasikan Kesiapan seorang konsumen untuk merekomendasikan suatu produk yang mereka rasakan kepada teman dan keluarga mereka:
1. Ajak teman dan kerabat anda untuk membeli produk yang kami tawarkan agar pelayanan kami memuaskan.
  2. Merekomendasikan teman dan kerabat untuk membeli produk yang disediakan karena fasilitas pendukung yang diberikan sesuai.
  3. Merekomendasikan teman dan kerabat untuk membeli produk yang disediakan karena fasilitas pendukung yang diberikan sesuai.<sup>30</sup>
4. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Jika suatu perusahaan dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan, maka memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

- a. Hubungan jangka panjang yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggannya.
- b. Menciptakan peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian kembali, penjualan silang, dan penjualan atas.
- c. Menciptakan loyalitas pelanggan.
- d. Munculnya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif dapat menarik pelanggan baru yang menguntungkan ke bisnis Anda. kasus Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan menjadi semakin positif di mata pelanggan.

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi) (2004).

e. Laba perusahaan meningkat.<sup>31</sup>

### C. Teknologi Informasi & Pospay

#### 1. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi.<sup>32</sup> Teknologi informasi nyata menjadi tulang punggung kehidupan manusia. Kalau dahulu komputer dianggap hal yang mewah, namun sekarang boleh dikatakan siapa saja justru harus dapat memanfaatkan teknologi. Demikian dengan pesatnya teknologi yang ditandai dengan membanjirnya suatu informasi.

Salah satu penerapan teknologi informasi yang menggelobal adalah jaringan internet. Melalui jaringan ini dapat dikatakan meniadakan jarak dan batas dalam penyebaran akses informasi. Disatu sisi ada pendapat bahwa melalui internet dapat diperoleh semua informasi yang diperlukan. Disisi lain hampir siapa saja baik perorangan ataupun lembaga berlomba menampilkan informasinya dalam internet. Sehingga dapat dipastikan tentu banyak juga informasi yang tidak benar di internet.

Teknologi informasi mengandung dua kata teknologi dan informasi, yang masing-masing artinya berbeda satu dengan yang lain. Saat ini teknologi informasi telah menjadi satu yang mampu untuk mempermudah atau memperlancar suatu pekerjaan. Alat dalam suatu teknologi dapat berupa perangkat, baik perangkat bak perangkat keras maupun perangkat lunak. Perangkat keras dapat berupa mesin, alat, komputer dan lain sebagainya. Sedangkan perangkat lunak dapat berupa *software* maupun prosedur-prosedur atau aturan-aturan yang ada.

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama* (Yogyakarta: Andi, (2005).

<sup>32</sup> Undang-Undang RI No 11 Tahun 2008, *Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

Teknologi yang digunakan dalam teknologi informasi adalah teknologi komputer, teknologi telekomunikasi, dan teknologi yang mampu memberikan nilai tambah untuk suatu organisasi. Sedangkan informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang.

Selanjutnya definisi teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi dan teknologi informasi adalah tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi serta Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video. Kemudian teknologi Tentang IT informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi (Undang–Undang RI Tentang ITE).

Teknologi informasi merupakan kesatuan dari perangkat keras, perangkat lunak, *brainware* (SDM), mekanisme, *procedure*, peraturan, teknik, pengolahan, teknologi dan komponen lainnya yang berhubungan dengan proses pengolahan data sampai dengan penyebaran informasi. Secara sederhana, teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai suatu teknologi yang berfungsi untuk menghasilkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan informasi tersebut dengan berbagai bentuk media dan format (*image*, suara, *text*, *motion*, *pictures*, dsb). Istilah teknologi informasi (TI), sering dijumpai, baik dalam media grafik, seperti surat kabar dan majalah, maupun media elektronik, seperti radio dan televisi. Istilah tersebut merupakan gabungan dua istilah

dasar yaitu teknologi dan informasi. Teknologi dapat diartikan sebagai pelaksanaan ilmu, sinonim dengan ilmu terapan.<sup>33</sup>

Jadi definisi tersebut diatas menunjukkan bahwa teknologi informasi baik secara implisit maupun eksplisit tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi telekomunikasi atau dengan kata lain teknologi informasi adalah gabungan teknologi computer dan teknologi komunikasi.<sup>34</sup>

## 2. Fungsi Teknologi Informasi

Fungsi teknologi informasi yang dapat kita ketahui teknologi informasi Pada dasarnya berfungsi sebagai berikut:

- a. Mengatur informasi *ing-griyo (in-house information)* atau informasi yang ada dalam lembaga informasi tersebut serta mengusahakannya agar dapat di temu balik.
- b. Mengakses pangkalan data luar (*ekstern*), yaitu pangkalan data dari lembaga-lembaga lain ataupun belahan dunia lain.

Fungsi-fungsi lainnya, yaitu meringankan beban kerja: efisien serta menghemat waktu dan tenaga staf, meningkatkan jasa perpustakaan dan fungsi-fungsi baru. Serta membangun jaringan kerja dan kerja sama. Teknologi informasi menjadi senjata yang ampuh untuk mempercepat kinerja, mengetahui posisi di dalam, mengetahui tantangan di luar, dan menjadi dasar untuk pengambilan keputusan serta penetapan kebijakan berdasarkan data-data akurat yang diperoleh melalui kecanggihan teknologi informasi. Dari sini lah penerapan teknologi informasi suatu instansi menjadi tolak ukur kemajuan instansi tersebut dan memberi pengaruh dalam kinerja. Terjadinya revolusi digital membuat pergeseran masyarakat dari masyarakat industri ke masyarakat informasi. Aktivitas dan cara berkomunikasi masyarakat dalam berkehidupan sosial,

---

<sup>33</sup> I Putu Agus Eka Pratama, *Sistem Informasi Dan Implementasinya : Teori Konsep Sistem Informasi* (Bandung: Informatika, 2014).

<sup>34</sup> Azwar Aziz, 'Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Bisnis Pos', *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 10.1 (2015), 35 <<https://doi.org/10.17933/bpostel.2012.100104>>.

perdagangan, ekonomi, penelitian, dan pendidikan telah berubah secara mendasar sejalan dengan kemajuan teknologi, informasi, dan telekomunikasi.

Dalam buku Supriyanto dan Muhsin prediksi konsep teknologi informasi mendatang akan menjadi hal-hal berikut.

1. *Information superhighway*, perpindahan dan lalu lintas informasi yang sangat cepat (*super*)
  2. *Information appliance*, penerapan informasi (teknologi) di segala bidang.
  3. *Digital and virtual libraries*: perpustakaan berbasis digital virtual
  4. *Teleworking*: pekerjaan yang dikerjakan secara jarak jauh.<sup>35</sup>
3. Jenis – Jenis Teknologi Informasi

Teknologi memiliki bermacam-macam jenisnya, sesuai dengan penerapan bidang yang digunakan serta di support demi memudahkan pekerjaannya, antara lain.

a. Teknologi Transportasi Masal

Prinsip dasar dari pengembangan transportasi adalah usaha peningkatan kinerja pergerakan penumpang dan barang dengan berpatokan pada indikator jenis dan karakteristik teknologi transportasi dalam hal ini tingkat pelayanan dan operasi sistem dan kompleksnya permasalahan.<sup>36</sup> Dalam poin di atas teknologi merupakan indikator pengembangan transportasi, salah satunya adalah perkembangan Ojek yang sebelumnya berbasis pangkalan menjadi Ojek dengan basis Online dengan memanfaatkan Ponsel Pintar yang memiliki banyak keunggulan, diantaranya melayani pemesanan, antar-jemput barang, kurir, dan lain-lain.

b. Teknologi Perbankan dan Keuangan

---

<sup>35</sup> Sri Ati dkk, *Dasar-Dasar Informasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014).

<sup>36</sup> Rudi Azis dan Asrul, *Pengantar Sistem Dan Perencanaan Transportasi* (Yogyakarta: Deepublish) (2014).

Efisiensi sangat menentukan keberhasilan seseorang mencapai sebuah prestasi dalam sebuah manajemen. Bagaimana mengelola waktu, biaya, tenaga, potensi suatu mesin dan lain sebagainya yang harus diatur untuk menghasilkan kinerja maksimal tanpa mengeluarkan ongkos terlalu mahal. Sektor perbankan pun menggunakan teknologi canggih. Beberapa tahun silam, jika ingin mengambil uang tunai, nasabah harus antre dan membawa buku tabungan dan lain-lain. Dengan teknologi perbankan yang canggih para nasabah mudah melakukan aktivitas bisnisnya.<sup>37</sup> Selain untuk memudahkan dalam transaksi perbankan juga memudahkan dalam transaksi kebutuhan sehari-hari, contohnya: membayar tagihan kartu kredit, tagihan telepon, listrik, penyedia jasa internet, dan lain sebagainya.

c. Teknologi Bisnis

Bisnis dalam abad informasi harus bersaing dalam pasar yang penuh tantangan, dengan perubahan yang cepat, kompleks, global, sangat kompetitif dan terfokus pada pelanggan.<sup>38</sup> Sementara lingkungan bisnis merujuk pada kombinasi faktor sosial-budaya, politik-hukum, ekonomi, ekologi, dan teknologi yang mempengaruhi aktivitas-aktivitas bisnis

4. Pengertian Pospay

Pospay merupakan aplikasi *smartphone* bersistem Android dan iOS yang diberikan kepada pelanggan sebagai digital channel untuk mengakses layanan Giropos dan layanan transaksi keuangan lainnya secara mandiri. Dengan Pospay, pemilik rekening Giropos, dapat mengakses layanan Giropos dan transaksi keuangan, maupun layanan PT Pos Indonesia (Persero) lainnya secara *mobile*.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Stephen Liesty, *Nasabah Dan Bank : Optimalisasi Perbankan* (Jakarta: Elex Media Komputibdo, 2005).

<sup>38</sup> M. Suyanto, *Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2005).

<sup>39</sup> 'Pospay Dan Pos Aja! Transformasi Digital Pos Indonesia | Republika Online' <<https://www.republika.co.id/berita/qymxpv396/pospay-dan-pos-aja-transformasi-digital-pos-indonesia>> [accessed 3 June 2022].



Pospay merupakan aplikasi layanan keuangan digital terbaru milik PT. Pos Indonesia yang dirilis pada akhir tahun 2019. Aplikasi Pospay merupakan inovasi teknologi terbaik yang pernah dihadirkan PT Pos Indonesia yang sebelumnya PT. Pos merilis aplikasi Pos Giro *Mobile*. Sejak awal perilisannya, aplikasi ini menunjukkan peningkatan jumlah pengguna dan penilaian yang cukup signifikan. Dalam kurun waktu beberapa bulan pertama setelah diluncurkan, Aplikasi Pospay mencatatkan peningkatan jumlah pengguna yang tidak sedikit. Mengutip dari situs berita online.<sup>40</sup>

Sebelum adanya Pospay inovasi tranformasi digital Pos Indonesia yaitu Pos Giro Mobile. Pos Giro Mobile adalah aplikasi smartphone berbasis Android yang tersedia bagi pelanggan sebagai kanal digital untuk mengakses layanan pos Giro dan layanan transaksi keuangan lainnya secara mandiri. Pos Giro Mobile merupakan layanan yang lebih fleksibel yang dapat diintegrasikan dengan bank, merchant dan pihak yang lain, sehingga dengan satu rekening Pos Giro, anda bisa melakukan banyak hal seperti transfer, pembayaran bahkan bisa juga untuk melakukan pembelian di Indomaret dengan menggunakan rekening tersebut.<sup>41</sup>

##### 5. Jenis – Jenis layanan *Pospay*

PT. Pos Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai mitra yang dapat menerima segala jenis tagihan pembayaran, untuk itu berikut beberapa layanan jasa keuangan yang disediakan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado antara lain :

###### 1. Bidang Telekomunikasi

PT. Indosat, PT. Telkom Indonesia, PT *Axiata Exelcomindo*, Pt. NTS (*Axis*)

###### 2. Bidang Perbankan

---

<sup>40</sup> Ayu Relista Amalia, ‘Komunikasi Persuasif Kantor Pos Palembang Dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Pospay Melalui Kegiatan Penyaluran Bantuan Sosial Tunai’, 2021.

<sup>41</sup> Ayu Widya Astuti, Halimah Safitry Al-fauziah, Nurbaity ‘Pengaruh Pos Giro Mobile (PGM) Dalam Menjalankan Proses Pelayanan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Kantor Pos Padangsidimpuan)’, 2021, h. 105.

BNI, BRI, BCA, Bank Muamalat, ABN, AIG Lippo, Citibank dan HSB

3. Bidang Finance

Adira Finance, FIF, BAF, *Summit Oto Finance*, WOM Finance, Kredit Plus, BFI Finance, Mandala Finance, Mandiri Tunas Finance, Oto Multi Arta, dan lain-lain.

4. Bidang Lain

PT. PLN (Persero), PDAM, PT. Air Manado, Pajak dan Asuransi

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dicari tahu kebenarannya. Pada jenis penelitian kuantitatif menekankan hipotesis pada dua macam, yaitu hipotesis satu variabel dan hipotesis dua variabel atau lebih.<sup>42</sup> Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah :

(H0) : Diduga tidak ada pengaruh antara variabel (X) : Kualitas Layanan Pospay terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

(H1) : Diduga adanya pengaruh antara variabel (X) Kualitas Layanan Pospay terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

---

<sup>42</sup> Olivia Mimin Trisnawati and Syaifuddin Fahmi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4.2 (2017), 174–84 <<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.116>>.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian ini hanya mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa berdasarkan apa adanya dari variable yang diteliti. Kemudian memiliki dua variabel. Variabel bebas (X) : Kualitas Layanan Pospay. Variabel terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia. Selanjutnya data akan dianalisis menggunakan SPSS.

##### B. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>43</sup> Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen PT. Pos Indonesia Cabang Utama Manado.

##### C. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>44</sup> Karena dalam penelitian ini adanya keterbatasan dalam waktu, biaya, maupun tenaga untuk meneliti semua anggota populasi, maka tidak memungkinkan mengambil sampel dari populasi yang ada. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Teknik Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria yang telah ditentukan untuk kemudian memilih sampel yaitu sebagai berikut :

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

1. Responden merupakan konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Cabang Manado dan menggunakan layanan Pospay.
2. Responden ditentukan pada konsumen dengan rentan usia 21-45 tahun.

Sedangkan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997) dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = nilai standart = 1.96

p = maksimal estimasi = 50% = 0,5

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

Diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 orang.

#### D. Lokasi Penelitian & Waktu

Lokasi penelitian adalah Kantor Pos Cabang Utama Manado, berada di Jalan Sam Ratulangi No. 23, Wenang Utara, Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Telp : 0431-853007, Fax : 0431-865200. Waktu penelitian akan dimulai pada bulan Juli – Agustus.

#### E. Sumber Data

##### a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket. Kuisisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti dari responden penelitian. Data sekunder pada penelitian ini yaitu berupa data yang diperoleh dari buku, jurnal, majalah, website dan skripsi yang terkait dengan penelitian ini.<sup>46</sup>

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Peneliti menggunakan Teknik observasi atau pengamatan secara langsung untuk mengetahui aktivitas pengembangan layanan *Pospay* secara langsung yang dilakukan oleh pegawai yang bekerja di PT. Pos Indonesia (Kantor Pos Cabang Utama Manado)

b. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis.<sup>47</sup> Kuesioner ini disebarkan pada Pelanggan kantor pos cabang utama manado dan didistribusikan langsung oleh peneliti menggunakan *Google Forms*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang diperoleh dari catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa teks, gambar, hasil rapat, kenang-kenangan, buku harian aktivitas, atau karya monumental seseorang.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> A Saifuddin, 'Metode Penelitian' (Yogyakarta, 2001), h. 53.

<sup>47</sup> Sugiyono, 'Statistika Untuk Penelitian' Cet. 9 (Bandung: Alfabeta, 2006), h.16.

<sup>48</sup> Hardani, 'Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', in *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), h.150.

### G. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrument berupa angket dan menggunakan jenis skala likert yaitu terdiri dari 5 opsi jawaban yaitu ;

- (5) sangat setuju
- (4) setuju
- (3) cukup setuju
- (2) setuju
- (1) sangat tidak setuju

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.<sup>49</sup>

**Tabel. 3.1**

#### **Indikator Penelitian**

Variabel	Indikator
Variabel X K ualitas Layanan Pospay	<i>Responsiveness</i> (Tanggap)
	<i>Asurance</i> (Jaminan)
	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)
	<i>Empathy</i> (Peduli)
	<i>Reability</i> (Keandalan)
Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan
	Minat Berkunjung Kembali
	Kesediaan Merekomendasi

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. h. 82

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>50</sup> Dalam proses analisis data pada penelitian ini menggunakan SPSS atau singkatan dari *Statistic Product and Service Solution* adalah aplikasi pengolahan data yang bertujuan untuk menganalisis data penelitian.

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah “suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.”<sup>51</sup> Untuk mendapatkan data yang lengkap, maka alat instrumen harus mempunyai syarat yang baik. Instrumen yang baik dalam penelitian harus memenuhi syarat yaitu pengujian valid dan reliabel.

### 1. Uji Kualitas Data

#### 1). Uji Validitas

Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kualitas suatu instrumen. Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid.<sup>52</sup>

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang akan digunakan, peneliti menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen person) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r tabel dengan df (*degree of freedom*) = n (jumlah sampel yang digunakan) - 2 maka akan menjadi (df=38-2 =

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. h. 93

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. h. 93

<sup>52</sup> Sugiyono, ‘Statistika Untuk Penelitian’. h. 268

36) sehingga rtabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,3202. Sehingga, apabila nilai rhitung  $< 0,3202$  maka item pernyataan itu dinyatakan tidak valid.

## 2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik pengujian yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata *reliability* yang dalam bahasa Inggris, berasal dari kata asal *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Instrumen tes dikatakan dapat dipercaya (*reliable*) jika memberikan hasil yang tetap atau konsisten apabila diteskan berkali-kali. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dan rtabel, yaitu rhitung didapat dari hasil *Output Cronbach Alpha* pada kolom *Coorelated Item-Total Correlation*. Apabila nilai r hitung  $> r$  tabel, maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut valid. Dan apabila nilai r hitung  $< r$  tabel, maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut tidak valid. Apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari r tabel (0,3202) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,3202 maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data biasa dikenal uji asumsi. Uji normalitas diartikan sebagai usaha untuk menentukan apakah data variabel X dan Y yang diteliti merupakan distribusi normal atau tidak.<sup>53</sup> Uji normalitas ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau dengan kata lain data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan teknik *kolmogorof-smirnof* dengan taraf signifikan 5% (0,05).<sup>54</sup> Data dinyatakan berdistribusi

---

<sup>53</sup> Sugiyono, 'Statistika Untuk Penelitian'. h. 268

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, h.150



normal jika signifikan lebih besar 0,05. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

## 2) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis lurus).<sup>55</sup> Uji linearitas adalah pengujian data dengan mencari persamaan garis Variabel X (Kualitas Layanan Pospay) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap garis regresi yang nantinya akan diperoleh harga Fhitung. Harga F yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan harga Ftabel pada taraf signifikan 0,05. Kriterianya apabila harga Fhitung lebih kecil atau sama dengan Ftabel pada taraf signifikan 0,05 maka hubungan antara variabel bebas dikatakan linier.

## 3. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data dimana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Alasan menggunakan regresi sederhana untuk menguji hipotesis, dikarenakan dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti dan dianalisis pengaruhnya. Untuk menyatakan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel Kualitas Layanan Pospay terhadap variabel Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Manado untuk mengetahui besarnya pengaruh yang dimiliki oleh kedua variabel.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> S. Santoso, 'Statistik Multivariant Dengan SPSS' (Elex Media Komputibdo, 2017), h.44.

<sup>56</sup> Sutrisno Hadi, 'Analisis Bulir Untuk Instrumen' (Yogyakarta: Andi Opset, 2015), h. 121.

Regresi sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap Variabel tergantung atau terikat (Y). rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen atau responden

a = Konstanta

bX = Koefisien Regresi

#### 4. Uji Koefisien Regresi ( Uji t)

Uji t dilakukan agar dapat melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas ataupun independen secara individual kepada variabel terikatnya ataupun dependent.<sup>57</sup>

Dasar dalam pengambilan suatu keputusan pada uji t terdapat dua acuan yang bisa digunakan agar menjadi landasan dalam mengambil keputusan ialah:

1. Didasari pada hasil signifikansinya
  - a. Bila hasil signifikansi (Sig). < 0,5 maka terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) pada variabel terikatnya (Y) atau hipotesis dikatakan diterima.
  - b. Bila hasil signifikansi (Sig). > 0,5 maka tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y) atau dapat dikatakan hipotesisnya ditolak.
2. Didasarkan kepada dibandingkan diantara hasil  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ 
  - a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikatnya (Y) atau hipotesisnya diterima.
  - b. Bila hasil  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sehingga tak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikatnya (Y).<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005).

<sup>58</sup> Sahid Rahajo, 'SPSS Indonesia (Olah Data Statistik Dengan SPSS)', 2019

<<http://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>> [accessed 13 September 2022].

Adapun dalam mendapatkan hasil  $t_{\text{tabel}}$  didapatkan dengan menggunakan rumus :

$$T \text{ Tabel} = ( a/2 ; n - k - 1 )$$

Dimana : n = Sampel

K = banyak variabel

a = 0,05 (tingkat kepercayaannya = 95%)

#### 5. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi diaplikasikan bertujuan untuk melakukan pengukuran kemampuan dari model untuk memberikan keterangan seberapa berpengaruh variabel independent secara bersamaan (stimultan) memberikan pengaruh untuk variabel dependennya yang dapat diindikasikan dari hasil *adjusted R – Squared*.

Koefisien determinasi menggambarkan seberapa jauhnya pengkontribusi dari variabel bebas dalam model sebuah regresi bisa memaparkan varian dari variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R<sup>2</sup>) pada tabel Model *Summary*.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah Pelayanan Pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

Setelah kantor pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan. Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PPT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).

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

berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Pos Indonesia (Persero).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang Perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantor Pos online, serta dilengkapi *electronic mobile* Pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid dan terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

## 2. Nama dan Bentuk Perusahaan

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado merupakan salah satu instansi dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dimana PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado memiliki tanggung jawab serta wewenang untuk penyediaan jasa perposan, keuangan, ritel, dan property yang berada di area Sulawesi Utara.

## 3. Bidang Usaha dan Logo Perusahaan

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Manado adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang Jasa.



#### Gambar 4.1 Logo Pos Indonesia

##### Arti Logo

Didalam logo Pos Indonesia kita mendapati seekor merpati pos yang seolah-olah sedang terbang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi. Merpati Pos ini tidak lagi terkurung oleh segilima dan juga lingkaran padi dan kapas. Ukuran merpati yang lebih besar dari pada bola dunia melambangkan bahwa Pos Indonesia diharapkan bisa menguasai (memimpin) usaha perposan di dunia internasional. Warna dasar jingga yang terdapat digambar merpati dan bola dunia menunjukkan bahwa Pos Indonesia itu pening (warna jingga memiliki arti penting serta perlu diperhatikan, seperti yang terdapat di pembatas-pembatas jalan, pakaian pendaki gunung, seragam para penerbangan dan lain sebagainya).

Tulisan ‘POS INDONESIA’ dengan tipografi *bold* ini memberikan ketegasan identitas perusahaan dan juga identitas negara. Tulisan ini berada dibawah gambar merpati yang sedang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi karena logo ini menunjukkan bahwa Po Indonesia lebih mengutamakan profesionalitas dalam pelayanan untuk pelanggan-pelanggannya. Slogan Pos Indonesia “Untuk Anda Kami Ada” yang ditulis dengan huruf latin (tegak bersambung) memperlihatkan keluwesan, keramahan, dan fleksibilitas dalam melayani pelanggan-pelanggannya.

#### 4. Lokasi Perusahaan

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado berada di Jln. Samratulangi No. 23, Wenang Utara, Kota Manado, Sulawesi Utara. Telp : 0431-853007, Fax : 0431-865200

#### 5. Visi & Misi

Visi :

Menjadi Operator Pos, Kurir, Logistik, dan Penyedia Jasa Keuangan yang paling Kompetitif.

Misi :

- a. Bertindak secara efektif untuk mencapai kinerja terbaik.
  - b. Untuk mewujudkan Visi dan Misi, ada beberapa hal/tindakan yang perlu dilakukan Memberikan produk yang yang relevan sesuai dengan kebutuhan pasar.
  - c. Memberikan layanan prima.
  - d. Mengoperasikan proses bisnis secara efisien.
  - e. Membangun solusi teknologi informasi yang prima dan sumber daya manusia yang andal.
  - f. Memperkuat sistem pengendalian internal, tata kelola, dan manajemen risiko untuk mencapai tingkat kematangan yang memadai dan mengamankan pencapaian tujuan perusahaan.
6. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan menetapkan struktur organisasi yang dirancang untuk mengidentifikasi tugas dan tanggung jawab setiap posisi dan alur hubungan antara posisi tersebut. Struktur organisasi mempengaruhi efisiensi dan efektivitas dalam memproduksi barang dan jasa dalam struktur organisasi, setiap tugas atau kegiatan secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan. Di bawah ini adalah struktur dari PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado.

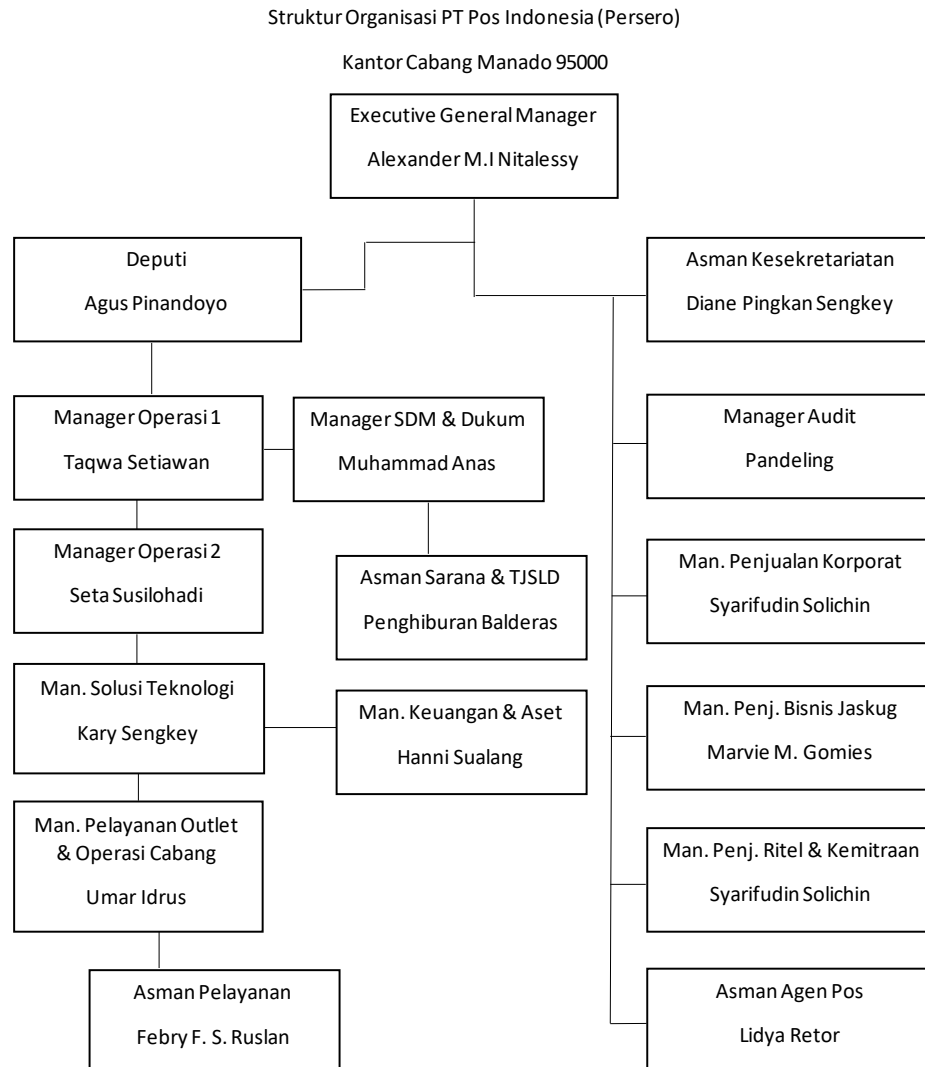
1. Executive Manager
2. Deputi
3. Asisten Manager Kesekretariatan
4. Manager SDM
5. Manager Operasi 1 & 2
6. Manager Penjualan Korporat
7. Manager Penjualan Jasa Keuangan
8. Manager Sarana
9. Manager Pelayanan

10. Manager Pelayanan Outlet & Operasi Cabang
11. Managaer Keuangan & Aset
12. Manager Penjualan dan Ritel Kemitraan
13. Asisten Manager Kurir dan Logisitik
14. Asisten Manager Pelayanan

Tabel 4.1

Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado





*Sumber : Kantor Pos Manado 2022*

## B. Hasil Penelitian

### 1). Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos Cabang Manado yang merupakan populasi namun karena luasnya jumlah populasi yang ada maka peneliti menggunakan rumus *Leme Show* untuk menentukan jumlah sampel, dari rumus yang digunakan ditetapkanlah sampel sebanyak 100 responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Untuk karakteristiknya peneliti memberikan pemaparan responden yang didasari pada Jenis kelamin, Usia, Pekerjaan.

### 2). Karakteristik Responden

#### a. Jenis Kelamin

Jawaban responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2**

**Jawaban Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	44	45,83%
Perempuan	52	54,17%
Jumlah	100	100%

*Sumber : Data Primer yang diolah 09 September 2022*

Tabel 4.2 memberi gambaran bahwa responden yang memberikan jawaban berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh Perempuan dengan total 52 responden atau sekitar 52% serta Laki-laki dengan total 48 responden atau sekitar 48%

## b. Usia

**Tabel 4.3**  
**Jawaban Responden berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
21	17	17,70%
22	6	6,25%
23	9	9,37%
24	3	3,125%
25	26	27,08%
26	16	16,6%
27	7	7,29%
28	4	4,16%
29	3	3,125%
30	2	2,08%
31	3	3,125%
Jumlah	96	100%

*Sumber : Data primer yang diolah 09 September 2022*

Dari tabel 4.3 memberi gambaran bahwa jawaban responden berdasarkan usia didominasi pada rentan usia 21, 25 dan 26 tahun yang berjumlah dengan jumlah presentase 61,38% 21 tahun dengan jumlah responden 17 orang atau sekitar 17,70% kemudian di usia 25 tahun dengan jumlah 26 responden atau 27,08% dan usia 26 tahun dengan jumlah 16 responden atau sekitar 16,6%

## c. Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Swasta	50	50%
PNS	12	12%
Penjual Online	19	19%
Pegawai BUMN	12	12%
Guru	3	3%
IRT	3	3%
Perawat	1	1%
Jumlah	96	100%

*Sumber : Data primer yang diolah 09 September 2022*

Pada tabel 4.4 memberi gambaran bahwa pekerjaan responden didominasi pada pekerja swasta dengan jumlah 50 responden atau sekitar 50% dari total keseluruhan sampel.

d. Alamat

**Tabel 4.5**

**Jawaban Responden berdasarkan Alamat**

Alamat	Frekuensi	Presentase
Paal 2	29	29%
Singkil	27	27%
Tikala	24	24%
Tuminting	8	8%
Malalayang	8	8%
Mapanget	4	4%
Jumlah	96	100%

*Sumber : Data primer yang diolah 09 September 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 memberi gambaran bahwa responden didominasi dengan alamat domisili Paal 2 dengan jumlah responden sebanyak 29 orang atau sekitar 29% dari total sampel.

### 3). Deskripsi Variabel

Penelitian ini memiliki 2 variabel yang terdiri dari satu variabel bebas ( $X$  = Kualitas Layanan Pospay) dan satu variabel terikat ( $Y$  = Kepuasan Pelanggan). Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado dengan sampel yang berjumlah 100 orang pelanggan Pos.

Berikut tabel deskripsi jawaban yang bersumber dari Responden :

**Tabel 4.6**  
**Variabel X**

No	Variabel X (Kualitas Layanan Pospay)	Penilaian				
		5	4	3	2	1
1	X1	47	32	17	3	1
s2	X2	47	35	15	2	1
3	X3	57	30	9	3	1
4	X4	46	36	15	1	2
5	X5	50	35	13	2	0
6	X6	43	42	13	2	0
7	X7	17	33	37	9	4
8	X8	27	39	29	3	2
9	X9	32	42	23	3	0
Jumlah		366	324	171	28	11
Presentase		40,67%	36%	19%	3%	1%

*Sumber : Data primer diolah 11 September 2022*

Dari tabel 4.6 memberi gambaran bahwa responden rata-rata memilih jawaban pada penilaian sangat setuju, yaitu dengan jumlah presentase sebesar 40,67% sedangkan pada penilaian tidak setuju dan sangat tidak setuju hanya sebanyak 3% dan 1%.

**Tabel 4.7**  
**Variabel Y**

No	Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	Penilaian				
		5	4	3	2	1
1	Y1	34	41	18	5	2
2	Y2	45	31	17	5	2
3	Y3	41	41	15	1	2
4	Y4	38	44	14	2	2
5	Y5	45	22	14	6	2
6	Y6	46	34	16	3	1
7	Y7	34	50	13	3	0
8	Y8	39	40	17	3	1
Jumlah		322	303	124	28	12
Presentase		41%	38%	16%	4%	2%

*Sumber : Data primer diolah 11 September 2020*

Dari tabel 4.7 memberi gambaran bahwa responden rata-rata memilih jawaban pada penilaian sangat setuju yaitu dengan jumlah presentase 41% sedangkan pada penilaian tidak setuju dan sangat tidak setuju hanya sebanyak 4% dan 2% hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepuasan terhadap kualitas layanan Pospay.

### C. Analisis Data

#### A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk penentuan layak atau tidaknya instrument penelitian yang digunakan penulis. Uji validitas Kualitas Layanan Pospay dan Kepuasan Pelanggan berupa kuisisioner dengan jumlah 13 item pertanyaan ( 9 item pertanyaan untuk variabel X dan 8 pertanyaan untuk variabel Y) yang disebarakan peneliti kepada pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado yang berjumlah 100 orang. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan Pospay)**

Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	r tabel (N = 100) Taraf signifikansi 5%	Keterangan
X1	0.739	0.195	Valid
X2	0.726	0.195	Valid
X3	0.720	0.195	Valid
X4	0.734	0.195	Valid
X5	0.713	0.195	Valid
X6	0.722	0.195	Valid
X7	0.577	0.195	Valid
X8	0.696	0.195	Valid
X9	0.739	0.195	Valid

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

Dapat dilihat pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuisisioner variabel X (Kualitas Layanan Pospay) dikatakan valid atas dasar



pengambilan keputusan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel 100 orang.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	r tabel (N=100) Taraf signfikansi 5%	Keterangan
Y1	0.600	0.195	Valid
Y2	0.755	0.195	Valid
Y3	0.740	0.195	Valid
Y4	0.688	0.195	Valid
Y5	0.703	0.195	Valid
Y6	0.678	0.195	Valid
Y7	0.691	0.195	Valid
Y8	0.663	0.195	Valid

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

Dapat dilihat pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel Y (Kepuasan pelanggan) dikatakan valid atas dasar pengambilan keputusan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tarag signifikansi 5% dengan jumlah sampel 96 orang.

## B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel. Indikator dikatakan reliabel apabila nilai *alpha Cronbach (a)* yang didapat  $> 0,60$ . Hasil Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25. Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	9

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

Dilihat pada tabel 4.10 setelah dilakukannya pengujian reliabilitas maka diketahui hasil uji *Cronbach alpha* variabel Kualitas Layanan Pospay (X) adalah 0.874. Kondisi ini menyatakan nilai pengujian reliabilitas variabel Kualitas Layanan Pospay dinyatakan reliabel karena hasil *Cronbach alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.11****Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	8

*Sumber : Data primer diolah menggunakan SPSS*

Dapat dilihat pada tabel 4.11 setelah dilakukan pengujian reliabilitas maka diketahui hasil uji *Cronbach alpha* variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0.841. Kondisi ini menyatakan nilai pengujian reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan reliabel karena hasil *Cronbach alpha*  $>0,60$

C. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari Uji Asumsi Klasik yang bertujuan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Dilihat pada tabel 4.12 hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dinyatakan terdistribusi normal sebab hasil dari nilai signifikansinya ialah (0.196). atau  $> 0,05$

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***  
**One-Sample *Kolmogorov-Smirnov* Test**

		Unstandardiz ed Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91219943
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.066
	Positive	.065
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.196 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

#### D. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

Dasar pengambilan keputusan : Jika nilai signifikansi *defianation linearity*  $> 0,05\%$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan Jika nilai signifikansi *defianation linearity*  $<0,05\%$  maka tidak terdapat hubungan yang linear antara dua variabel.

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *deviation from linearity* > 0,05% yaitu dengan hasil 0,493. Maka kedua variabel dapat dinyatakan linear.

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squar es	df	Mea n Squa re	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Layanan Pospay	Bet wee n Gro ups	(Com bined )	1767. 428	19	93.02 3	10.81 3	.000
		Linea rity	1616. 030	1	1616. 030	187.8 53	.000
		Devi ation from Linea rity	151.3 98	18	8.411	.978	.493
	Within Groups		688.2 12	80	8.603		
	Total		2455. 640	99			

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

### E. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan dasar pengambilan keputusan yakni, jika nilai signifikansi  $< 0,05\%$  artinya variabel X (Kualitas Layanan Pospay) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Sedangkan jika nilai signifikansi  $> 0,05\%$  artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

**Tabel 4.14**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.895	2.000		2.948	.004
	Kualitas Layanan Pospay	.733	.053	.811	13.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

Dapat dilihat pada tabel 4.14 bahwa hasil pengujian memperoleh hasil persamaan regresi yaitu :  $Y = a + bX = 5.895 + 0,733$  maka diketahui bahwa konstanta nilai (a)

5.895 dan nilai koefisien regresi (b) 0,733. Kondisi dapat diartikan setiap peningkatan 1% Kualitas Layanan Pospay maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,733 kondisi ini menunjukkan koefisien regresi bernilai positif.

#### F. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t dilakukan agar dapat melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas ataupun independen secara individual kepada variabel terikatnya ataupun dependent.<sup>60</sup>

Dasar dalam pengambilan suatu keputusan pada uji t terdapat dua acuan yang bisa digunakan agar menjadi landasan dalam mengambil keputusan ialah:

1. Didasari pada hasil signifikansinya
  - a. Bila hasil signifikansi (Sig).  $< 0,5$  maka terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) pada variabel terikatnya (Y) atau hipotesis dikatakan diterima.
  - b. Bila hasil signifikansi (Sig).  $> 0,5$  maka tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y) atau dapat dikatakan hipotesisnya ditolak.
2. Didasarkan kepada dibandingkan diantara hasil  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ 
  - a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikatnya (Y) atau hipotesisnya diterima.<sup>61</sup>

Bila hasil  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sehingga tak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikatnya (Y)

---

<sup>60</sup> Sugiyono.

<sup>61</sup> Rahajo.

**Tabel 4.15**  
**Uji Koefisien Regresi (Uji t)**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficie nts	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.895	2.000		2.948	.004
	Kualitas Layanan Pospay	.733	.053	.811	13.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

1. Berdasarkan hasil dari nilai signifikansi

Dari tabel *coeffitiens* diketahui hasil signifikansi variabel Kualitas Layanan sebesar  $0.000 < 0.05$  maka dapat dinyatakan H1 dapat diterima atau terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan pospay (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Berdasarkan perbandingan hasil  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$

Dengan rumus sebagai berikut



$$t_{\text{tabel}} = (a/2 : n - k - 1)$$

Keterangan :

n = sampel

k = banyak variabel independent

a = 0,5 (tingkat kepercayaan 95%)

Diketahui :  $t_{\text{tabel}} = (a/2 : n - k - 1)$

$$= (0,05/2 : 100 - 1 - 1)$$

$$= (0,25 : 98)$$

Dilihat dari presentase distribusi  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1984. Sedangkan berdasarkan pada tabel *Coeffitients* maka diketahui hasil  $t_{\text{hitung}} 13.734 > 1984$  maka dapat ditarik kesimpulan H1 dapat diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan Pospay (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

#### G. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan seberapa besar kontribusi variabel Kualitas Layanan Pospay (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut tabel Uji koefisien determinasi :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.655	2.927
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Pospay				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

*Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25*

Berdasarkan hasil dari tabel 4.16 didapati hasil koefisiensi determinasi atau R square adalah 0.658 atau sekitar 65,8%. Atau pengaruh variabel Kualitas Layanan Pospay (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 65,8%.

### C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Manado selama 3 minggu dengan jumlah populasi yang tidak terbatas, namun dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga maka peneliti menentukan jumlah sampel tertentu dengan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang dari total keseluruhan populasi yang ada.

Peneliti mengambil sampel pada pelanggan Kantor Pos Cabang Manado dikarenakan berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti semasa menjalani Kuliah Kerja Profesi (KKP). Peneliti melihat adanya minat pelanggan terhadap Platform Digital yang diluncurkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu Pospay beberapa mengatakan bahwa alasan menggunakan Pospay dikarenakan Pospay dapat mempermudah dan mempercepat transaksi tanpa perlu mengantri.

Selanjutnya pada bagian karakteristik responden, berdasarkan jenis kelamin diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 52 orang dan laki-laki sebanyak 44 orang. Kondisi ini menyatakan bahwa pengguna layanan Pospay didominasi oleh perempuan.

Selanjutnya pengujian hipotesis. Berdasarkan Hipotesis yang telah ditetapkan bahwa :

H0 : Diduga tidak adanya pengaruh antara variabel (X) : Kualitas Layanan Pospay terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

H1 : Diduga adanya pengaruh antara variabel (X) Kualitas Layanan Pospay terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat nilai signifikansi (sig) dan membandingkan nilai t hitung dan t tabel.

1. Jika nilai signifikansi (sig) < 0.5 atau maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) atau H1 diterima.

2. Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka ada pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y) atau hipotesis diterima.

Pada hasil pengujian koefisien regresi (uji  $t$ ) yang telah dilakukan dapat diketahui nilai (sig) pada variabel kualitas layanan pospay (X) adalah sebesar 0.000 dikarenakan nilai (sig)  $0.000 < 0.5$  kondisi ini menyatakan bahwa H1 atau hipotesis diterima dan H0 ditolak. Hal ini juga dapat dilihat pada distribusi nilai  $t$  tabel berdasarkan tabel *Coefficients* diketahui nilai  $t$  hitung sebesar  $13.734 > 1984$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 dapat diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan Pospay (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Hal ini kemudian relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Pradana Syahputri yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari konsumen.<sup>62</sup> Hal ini juga didukung dengan pendapat Wyckop yaitu kualitas layanan jasa ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>63</sup>

Selanjutnya pada hasil Uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah sebesar 0.658 atau sekitar 65,8% yang berarti bahwa Kualitas Layanan Pospay seperti Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati serta Bukti Fisik memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan pada pengguna layanan pospay PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado sebesar 65,8% sedangkan sisanya sebesar 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

---

<sup>62</sup> Dede Pradana Syahputri, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam’, *Journal of Management Science*, Volume 2 (2019).

<sup>63</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*.

Kondisi ini dapat diartikan bahwa apabila kualitas layanan pospay semakin meningkat maka kepuasan pelanggan semakin tinggi, begitu pula jika kualitas layanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun.

Hal ini sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra dalam bukunya *Service, Quality & Satisfaction* edisi ke-3. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam persepsi konsumen dan memiliki dampak yang sangat penting terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin baik citra layanan tersebut di mata konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan: layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*received service*). Jika pelayanan yang diterima atau diterima memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi (uji t) diperoleh hasil bahwa kualitas layanan Pospay memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diketahui nilai *R Square* sebesar 0.658 atau sekitar 65,8% nilai tersebut menggambarkan bahwa kontribusi variabel kualitas layanan Pospay terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 65,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada terdapat sejumlah saran yang ingin dikemukakan penulis ialah :

1. Bagi Instansi Perusahaan. Harus lebih meningkatkan dalam pelayanan kepada pelanggan dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan ketika menggunakan layanan Pospay agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan bisa tumbuh loyalitas akan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Manado
2. Bagi Akademik. Perlu dilakukannya kajian lanjutan dalam menyempurnakan penelitian ini lewat penambahan jumlah variabel, populasi, sampel sehingga objek penelitiannya lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Books, 2003)
- A Saifuddin, 'Metode Penelitian' (Yogyakarta, 2001), p. 53
- Amalia, Ayu Relista, 'Komunikasi Persuasif Kantor Pos Palembang Dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Pospay Melalui Kegiatan Penyaluran Bantuan Sosial Tunai', 2021
- Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputibdo, 2004)
- Ayu Widya Astuti, Halimah Safitry Al-fauziah, Nurbaity, 'Pengaruh Pos Giro Mobile (PGM) Dalam Menjalankan Proses Pelayanan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Kantor Pos Padangsidimpuan)', 2021, 105
- Aziz, Azwar, 'Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Bisnis Pos', *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 10.1 (2015), 35  
<<https://doi.org/10.17933/bpostel.2012.100104>>
- Dede Pradana Syahputri, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam', *Journal of Management Science*, Volume 2 N (2019)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama* (Yogyakarta: Andi, 2005)
- , *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2004)
- , *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012)
- , *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2* (Yogyakarta: Andi, 2012)
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi, 2003)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2011)
- Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018)
- Hardani, 'Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', in *Metode Penelitian Kualitatif*

- & *Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), p. h.150
- I Putu Agus Eka Pratama, *Sistem Informasi Dan Implementasinya : Teori Konsep Sistem Informasi* (Bandung: Informatika, 2014)
- Irawan, *Pengantar Ekonomi Perusahaan* (Yogyakarta: BPFE-UGM, 2004)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, IV* (Jakarta: Gramedia, 2008)
- M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management (Edisi 3)* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001)
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Ni Arie Sulistyawati, Ni Seminari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4.8 (2015)
- Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002)
- 'Pospay Dan Pos Aja! Transformasi Digital Pos Indonesia | Republika Online' <<https://www.republika.co.id/berita/qymxp396/pospay-dan-pos-aja-transformasi-digital-pos-indonesia>> [accessed 3 June 2022]
- Putra, Rifqi Dwi, 'Platform Digital Berbasis Giropos: Inovasi Pelayanan Publik Di Masa Covid-19 (Studi Di PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung)', *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 3.3 (2021), 361–76 <<https://doi.org/10.23960/ADMINISTRATIVA.V3I3.105>>
- Rambat Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001)
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005)
- Ratnawati, Atjih, Anton Susanto, Peneliti Madya, & Calon, Peneliti Puslitbang, Penyelenggaraan Pos, and others, *Studi Pemanfaatan Layanan Pospay Pada Masyarakat Di Kota Mataram*
- Rizki Kartika, 'Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Penerapan Layanan Jasa Keuangan Pospayment (POSPAY) Di Kantor Pos Cabang Simpang Surabaya' <<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/3322/6007>>



[accessed 13 May 2022]

- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi : Konsepsi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007)
- , *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006)
- Rudi Azis dan Asrul, *Pengantar Sistem Dan Perencanaan Transportasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2014)
- S. Santoso, ‘Statistik Multivariant Dengan SPSS’ (Elex Media Komputibdo, 2017), p. h.44
- Sahid Rahajo, ‘SPSS Indonesia (Olah Data Statistik Dengan SPSS)’, 2019 <<http://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>> [accessed 13 September 2022]
- Sri Ati dkk, *Dasar-Dasar Informasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014)
- Stephen Liesty, *Nasabah Dan Bank : Optimalisasi Perbankan* (Jakarta: Elex Media Komputibdo, 2005)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*
- , ‘Statistika Untuk Penelitian’ (Bandung: Alfabeta, 2006), p. h.16
- Sutrisno Hadi, ‘Analisis Bulir Untuk Instrumen’ (Yogyakarta: Andi Opset, 2015), p. h. 121
- Suyanto, M., *Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2005)
- Trisnawati, Olivia Mimin, and Syaifuddin Fahmi, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4.2 (2017), 174–84 <<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.116>>
- Undang-Undang RI No 11 Tahun 2008, *Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)

## **LAMPIRAN PENELITIAN**



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Dr. S.H. Sarundajang Kawasari Ring Road Kota Manado Telepon / Fax (0431) 660616 Manado 95128

Nomor : B-505/In.25/F.IV/TL.00.1/08/2022

11 Agustus 2022

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth:

Pimpinan PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Utama Manado

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama : Melati Napu  
Nim : 18.4.1.008  
Semester : IX (Sembilan)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul. **"Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Manado"** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing  
1. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum  
2. Nur Shadiq Sandimula, M.E

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan Agustus s/d Oktober 2022.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Dekan,



Rosdalina Bukido, M.Hum  
1808241006042003

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan.
2. Arsip.



Manado, 15 Agustus 2022

Nomor : 246/Mo950/Kurlog/082022  
Lampiran : 1  
Perihal : Izin Penelitian  
an. Melati Napu (18.4.1.008)

Kepada,  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis  
Islam IAIN Manado

Di Manado

Dengan hormat :

1. Sehubungan dengan surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam nomor : B.585/In.25/F.IVTL.00.1/08/2022 tanggal 11 Agustus 2022 Perihal Permohonanan Izin Penelitian.
2. Untuk itu bersama surat ini kami kami mengizinkan Mahasiswa Saudari an. **Melati Napu dengan Nim : 18.4.1.008**, Prodi *Ekonomi Syariah* agar dapat melakukan penelitian ke bagian terkait Bisnis Jasa Keuangan sesuai dengan judul Skripsi dari Bulan Agustus sd. Oktober 2022.
3. Demikian disampaikan, Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami :  
An. EGM. KCU Manado,  
Manajer Penjualan

  
POS INDONESIA  
MANADO 95000  
**SYAFRUDIN A. SOLICHIN**  
NIPPOS : 993419768

**KUISIONER PENELITIAN**  
**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN POSPAY TERHADAP KEPUASAN**  
**PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO)**  
**KANTOR CABANG MANADO”**

Responden yang terhormat,

Saya ucapkan terima kasih sebelumnya karena saudara/i bersedia berpartisipasi dalam memperlancar penelitian saya. Adapun penelitian ini dilakukan dalam rangka penulisan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Manado. Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Layanan Pospay Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Cabang Manado”, sehingga saudara/i diharapkan mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang terjadi, sebagai berikut:

1. Identifikasi Responden :

Nama Responden :  
Usia Responden :  
Jenis Kelamin Responden :  
Pekerjaan Responden :

2. Bentuk Pengisian :

- a. Setiap jawaban hanya dapat diisi satu kategori
- b. Sebelum memberi jawaban yang diinginkan, bacalah terlebih dahulu dengan seksama dan teliti
- c. Berilah tanda (X) pada kolom yang tersedia sesuai dengan jawaban anda.
- d. Jawaban yang diberikan sesuai dengan apa yang dialami dan tidak dengan tekanan dan pendapat orang lain

e. Penilaian dilakukan berdasarkan skala likert, sebagai berikut :

Keterangan	Skor nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

#### Kuisiner Penelitian

Variabel	Indikator	No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
				SS	S	KS	TS	STS
Variabel X Kualitas Layanan Pospay	<i>responsiveness</i> (tanggap)	1.	Pospay dapat menghemat waktu ketika bertransaksi					
		2.	Pospay memberikan layanan yang mudah dan jelas dipahami					
	<i>assurance</i> (jaminan)	1.	Anda merasa aman ketika melakukan transaksi jasa keuangan menggunakan Pospay					

	<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	1.	Anda dapat mengakses penambahan saldo Pospay dengan mudah					
		2.	Layanan Pospay dapat diakses selama 24 Jam					
	<i>empathy</i> (peduli)	1.	Halopos memberikan solusi ketika nasabah mengalami kendala ketika mengakses Pospay					
		2.	Tidak adanya biaya administrasi bulanan maupun bunga atas simpanan Nasabah pada rekening Pospay					
	<i>reability</i> (keandalan)	1.	Prosedur layanan pospay cepat dan tepat					
		2.	Apakah anda sering menggunakan Pospay untuk transaksi keuangan dibandingkan dengan e-wallet lain					
Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	1.	Layanan Pospay yang diberikan sesuai dengan harapan saya					
		2.	Setiap produk layanan yang ada di dalam Pospay sesuai dengan harapan saya					

		3.	Pospay menunjang fasilitas yang didapati sesuai dengan harapan saya					
	Minat berkunjung kembali	1.	Saya berminat untuk melakukan transaksi kembali karena layanan yang diberikan memuaskan					
		2.	Saya berminat untuk melakukan transaksi kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakannya					
		3.	Saya berminat untuk melakukan transaksi kembali karena fasilitas Pospay yang disediakan cukup memadai					
	Kesediaan merekomendasi	1.	Saya bersedia merekomendasikan Pospay untuk teman dan kerabat karena layanan yang diterima memuaskan					
		2.	Saya bersedia merekomendasikan Pospay untuk teman dan kerabat karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakannya					



**Tanggapan Responden Mengenai Variabel X (Kualitas Layanan Pospay)**

No Responden	Kualitas Layanan Pospay									Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
1	4	4	3	4	3	3	4	3	2	30
2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	40
4	2	3	4	3	4	4	4	1	4	29
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	2	5	4	41
7	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
9	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
10	4	4	5	5	5	5	3	5	5	41
11	4	3	4	4	3	4	2	3	3	30
12	3	4	3	4	4	3	4	3	4	32
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	4	5	5	5	5	4	3	3	3	37
16	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
17	3	3	3	4	5	4	4	3	4	33
18	5	5	5	5	5	5	1	5	5	41
19	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43
20	4	5	3	4	5	3	4	5	3	36

21	1	3	4	3	4	4	3	3	2	37
22	5	5	5	5	4	4	3	3	4	38
23	3	5	5	3	4	4	3	4	4	35
24	3	4	5	4	4	4	3	3	4	34
25	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
26	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
27	4	4	4	5	5	5	3	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	2	4	3	4	3	5	3	4	3	31
30	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
31	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
32	5	5	5	5	4	4	3	3	3	37
33	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
34	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
35	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
36	4	4	4	4	5	5	3	5	5	39
37	5	5	5	5	4	5	3	3	4	39
38	5	5	5	3	5	5	4	5	5	42
39	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
40	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
42	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37

43	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32
44	5	4	3	3	3	4	3	3	3	31
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	5	5	5	4	4	4	3	3	4	37
48	5	5	5	5	5	5	3	4	4	41
49	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43
50	4	4	4	4	5	4	3	3	4	35
51	4	5	5	5	4	5	4	5	4	41
52	3	1	4	3	4	3	4	4	3	29
53	3	3	4	5	5	5	5	4	4	38
54	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
55	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
56	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
57	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30
60	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
61	4	5	5	4	5	2	1	2	3	31
62	3	3	4	3	4	4	2	3	4	30
63	5	4	5	5	3	4	2	3	3	34
64	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34

65	4	4	4	5	5	5	3	3	3	36
66	5	5	5	5	5	4	3	4	5	41
67	4	3	5	5	4	5	3	3	5	37
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
69	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
70	4	4	4	3	3	3	2	4	3	30
71	5	5	5	5	5	5	3	4	5	42
72	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32
73	5	4	3	3	4	5	4	4	4	36
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
75	5	5	5	3	4	4	5	1	3	35
76	4	4	5	5	5	5	3	4	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	2	3	2	2	3	2	1	3	2	20
80	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
81	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
82	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
83	3	3	1	4	3	3	3	3	4	27
84	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
85	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30
86	5	5	5	3	3	3	3	4	4	35

87	3	3	4	1	4	3	3	3	3	27
88	4	4	2	4	2	4	4	2	4	30
89	4	5	5	5	5	5	3	5	5	42
90	3	2	4	4	3	5	1	5	4	31
91	5	5	5	4	4	4	2	3	3	35
92	4	4	4	3	4	4	2	3	4	32
93	5	4	5	4	2	4	2	4	3	33
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
95	4	4	4	4	4	4	2	2	4	32
96	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32

**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

No Responden	Kepuasan Pelanggan								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	4	3	4	3	4	3	2	27
2	4	5	4	4	5	5	4	4	35
3	4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	3	2	3	3	4	4	3	3	25
5	4	4	5	5	5	5	4	5	37
6	5	5	4	5	5	5	5	5	39
7	2	5	4	4	4	3	4	4	30
8	4	4	4	3	5	4	4	5	33
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	5	5	4	5	5	5	38
11	3	3	3	3	4	3	4	3	26
12	3	3	4	3	3	4	3	4	27
13	5	4	5	5	5	5	5	5	39
14	4	4	4	4	3	4	4	4	31
16	4	1	4	4	4	4	3	3	27
17	3	3	4	4	4	4	3	3	28
18	5	4	4	3	4	5	5	5	35
19	5	5	5	4	4	5	4	4	36

20	4	3	4	4	5	4	5	4	33
21	1	2	3	3	3	4	4	4	24
22	4	4	3	4	3	4	4	5	31
23	3	5	4	4	4	5	4	3	32
24	1	5	4	4	5	4	5	3	31
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	5	5	5	5	5	4	5	38
27	5	4	3	3	3	3	4	3	28
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	3	2	4	3	4	4	3	4	27
30	3	1	3	4	2	3	4	3	23
31	5	5	5	5	5	5	4	5	39
32	3	4	3	4	4	5	5	5	33
33	5	5	4	5	5	5	5	4	38
34	4	4	5	4	5	5	5	5	37
35	2	5	4	4	4	4	4	2	29
36	5	5	5	5	4	4	4	5	37
37	4	5	5	4	4	5	4	4	35
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	5	3	5	4	3	4	32
40	5	3	1	3	3	3	4	5	27

41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	3	3	2	1	2	4	4	4	23
44	4	3	3	3	4	3	3	3	26
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	5	5	5	5	5	5	4	38
47	3	4	4	3	4	4	3	4	29
48	3	5	5	4	5	4	4	3	33
49	5	5	5	5	5	5	5	3	38
50	4	3	3	4	4	3	4	4	29
51	5	5	5	4	5	3	5	5	37
52	4	3	1	4	3	4	2	4	35
53	3	4	4	4	4	4	4	3	30
54	5	4	4	5	5	5	4	5	37
55	4	4	5	4	5	4	4	4	34
56	5	5	4	4	3	5	4	4	34
57	4	2	4	5	5	3	2	3	28
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	3	4	4	2	1	4	4	4	26
60	5	5	5	5	5	5	4	5	39
61	4	5	4	5	4	5	5	4	36



62	4	3	3	1	4	3	4	3	25
63	4	4	4	4	2	1	4	4	27
64	4	5	3	5	5	3	3	4	32
65	4	5	3	5	4	5	4	4	34
66	3	5	5	5	5	5	5	5	38
67	2	5	4	5	5	5	5	5	36
68	5	5	5	4	5	5	5	5	39
69	4	4	4	4	4	3	4	4	31
70	5	4	4	4	5	4	4	4	34
71	5	3	5	5	5	5	5	5	38
72	4	5	4	4	4	5	4	5	35
73	5	3	5	5	3	2	4	5	32
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	4	4	4	4	4	4	4	3	31
76	4	5	5	5	5	5	4	4	37
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	3	4	4	4	4	3	5	4	31
79	4	3	4	4	3	2	3	2	25
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	5	5	4	4	5	4	4	35

83	4	3	4	4	3	4	4	4	30
84	5	5	5	3	5	5	4	5	37
85	5	5	5	5	2	5	5	5	37
86	4	4	4	4	4	3	4	4	31
87	4	4	4	4	4	3	3	4	30
88	3	2	4	4	2	4	2	4	25
89	3	5	5	5	5	5	5	5	38
90	2	3	4	3	4	4	4	4	28
91	5	4	5	5	5	5	4	4	37
92	4	3	5	4	4	3	4	1	28
93	4	4	4	4	3	4	4	4	32
94	3	5	3	5	3	5	3	3	30
95	5	4	4	2	5	2	5	5	32
96	4	4	4	4	2	5	4	3	30

**LAMPIRAN 2 : UJI KUALITAS DATA**

**1. Uji Validitas Kualitas Layanan Pospay (X)**

**Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	Kualitas Pelayanan Pospay
X1_1	Pearson Correlation	1	.715**	.563**	.470**	.375**	.376**	.316**	.388**	.495**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_2	Pearson Correlation	.715**	1	.598**	.535**	.450**	.333**	.262**	.326**	.419**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.008	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_3	Pearson Correlation	.563**	.598**	1	.576**	.474**	.481**	.159	.354**	.445**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.115	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_4	Pearson Correlation	.470**	.535**	.576**	1	.416**	.540**	.254*	.411**	.504**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_5	Pearson Correlation	.375**	.450**	.474**	.416**	1	.433**	.391**	.473**	.599**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_6	Pearson Correlation	.376**	.333**	.481**	.540**	.433**	1	.329**	.543**	.650**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_7	Pearson Correlation	.316**	.262**	.159	.254*	.391**	.329**	1	.336**	.395**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.115	.011	.000	.001		.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_8	Pearson Correlation	.388**	.326**	.354**	.411**	.473**	.543**	.336**	1	.606**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000



Y5	Pearson Correlation	.328**	.449**	.530**	.405**	1	.365**	.400**	.339**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	.214*	.505**	.407**	.454**	.365**	1	.402**	.406**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y7	Pearson Correlation	.294**	.524**	.465**	.318**	.400**	.402**	1	.506**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y8	Pearson Correlation	.425**	.388**	.329**	.306**	.339**	.406**	.506**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.002	.001	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.600**	.755**	.740**	.688**	.703**	.678**	.691**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

### 3. Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Layanan Pospay)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	9

### 4. Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	8

## LAMPIRAN 3 : UJI ASUMSI KLASIK

### 1. UJI NORMALITAS

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91219943
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.065
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.196 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

### 2. UJI LINEARITAS

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan	Between	(Combined)	1767.428	19	93.023	10.813	.000
Pelanggan *	Groups	Linearity	1616.030	1	1616.030	187.85	.000
Kualitas Pelayanan						3	
Pospay		Deviation from Linearity	151.398	18	8.411	.978	.493
	Within Groups		688.212	80	8.603		
	Total		2455.640	99			

## LAMPIRAN 4 : UJI HIPOTESIS

### 1. UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.895	2.000		2.948	.004
	Kualitas Pelayanan Pospay	.733	.053	.811	13.734	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### 2. KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.655	2.927

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Pospay

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

---

Nama : Melati Napu  
Tempat / Tanggal Lahir : Manado, 21 Mei 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Umur : 21 Tahun  
Tinggi / Berat Badan : 160cm, 53 Kg  
Alamat : Kombos Barat Lingkungan 4 Kec. Singkil Kota Manado  
No. Hp : 081245052009  
E-Mail : napumelati@gmail.com  
Nama Ayah : Harsono Napu  
Nama Ibu : Rosna Husain

### Latar Belakang Pendidikan

---

2007-2013 : SD NEGERI 51 MANADO  
2013-2015 : SMP NEGERI 2 MANADO  
2015-2018 : SMK NEGERI 6 MANADO  
2018-2022 : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO

### LAMPIRAN 6 : DOKUMENTASI

