

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PT.POS SIDOARJO(PERSERO)

TAHUN 2009-2013

PROPOSAL SKRIPSI



OLEH :

AINUR ROFIQ S

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2013

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PT. POS SIDOARJO (PERSERO)

Disusun oleh :

AINUR ROFIQ S.  
0912010158 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 13 Desember 2013

Pembimbing  
Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS

Sekretaris

Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM

Anggota

Drs. Ec. Bowo Santoso, MM

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 18 febuari 2013

(Ifah Shilfana)

## HALAMAN MOTTO

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"*

*"Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh  
urusan yang lain"*

*"Dan hanya kepada Robb-Mulah hendaknya kamu berharap"*

*(QS. Al-Insyirah : 6-8)*

*"Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu  
sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu' "*

*(QS. Al-Baqarah : 45)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

- ✚ Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu Ku mohonkan Ijabah Do'anya dan Ku harap Ridho dari restunya.
- ✚ Kakak-kakaku (Antonius dan Yolanda) yang selalu kusayangi dan kukasihi, walaupun kita berjauhan.
- ✚ Sahabatku Aditiya Ari Sandi yang selalu setia dan tak henti-hentinya memberikan motivasi dan arahan skrip
- ✚ Kak , yang telah memberikan semangat serta perhatiannya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis. Shalawat dan salam kepada Nabi junjungan kita Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK POS EXPRESS DI PT.POS (PERSERO),SIDOARJO”

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Sugiyanto, SU., Ph.D., Apt. sebagai Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberi kesempatan penulis untuk menempuh perkuliahan di Universitas Ahmad Dahlan.
2. Bapak Drs. Achmad Sutanto, MM. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberi izin sehingga penelitian dan skripsi dapat terlaksana.
3. Bapak Aftoni Sutanto, SE, Msi. sebagai Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, serta nasehat-nasehatnya.
4. Bapak Drs. Hendro Setiyono, SE. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk, koreksi, tenaga, dan pikiran yang amat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan bekal ilmu dari awal sampai akhir penulis kuliah.
6. Bapak Mulyadi selaku pemilik Tirta Mulya dan seluruh karyawan, yang sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.
7. Bapak dan Ibu, atas do'a dan dukungan baik moril maupun materil, juga nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di bangku kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besarku baik yang berada di Anyer, Menes maupun di Ketingan Yogyakarta, yang telah memberikan dorongan serta nasehatnya untukku.
9. Bapak dan Ibu Cahya Direja sekeluarga, yang selalu memberikan bantuan baik moril dan materil.
10. Semua teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut memberikan bantuan dan pengertian secara tulus.

Atas segala bimbingan, bantuan, pengarahan, saran, kritik, dan kebaikan yang telah Bapak, Ibu, keluarga, teman-teman, berikan akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

Segala usaha yang sungguh-sungguh penulis telah mencoba untuk meminimalisir kesalahan maupun kelemahan yang mungkin ada dalam tulisan ini, namun tiada sesuatu pun di dunia ini yang sempurna. Sehingga saran dan kritik membangun akan amat sangat membantu dalam perbaikan tulisan ini. Akhirnya tak lepas dari semua kelemahan yang ada, penulis berharap penulisan skripsi ini sedikit

banyak akan menambah pengetahuan dan wawasan yang menyeluruh dari disiplin ilmu yang kita miliki.

Surabaya, 23 Februari 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
A. Pengertian Pemasaran .....	7
B. Manajemen Pemasaran .....	10
C. Konsep Pemasaran .....	10
D. Pengertian Kualitas .....	14
E. Konsep Kualitas Layanan .....	16
F. Pengukuran Kualitas Layanan .....	19
G. Dimensi Kualitas Layanan .....	20
H. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	21
I. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	23
J. Penelitian Terdahulu .....	24
K. Hipotesis .....	25
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	26
A. Sejarah Perusahaan .....	26
B. P .....	26
C. S .....	27
D. W .....	33
E. P .....	35

F. Marketing Mix Di PT.Pos Sidoarjo .....	36
<b>BAB IV METODA PENELITIAN</b>	<b>38</b>
A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel .....	38
B. Jenis Data dan Sumber Data .....	39
C. Teknik Pengumpulan Data .....	40
D. Pengukuran Variabel .....	40
E. Analisis Data .....	42
1. Statistik Deskriptif .....	42
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	42
3. Alat Analisis Data .....	43
a. Analisa Regresi Berganda .....	43
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
c. Uji Simultan (uji F) .....	44
d. Uji Parsial (uji t) .....	44
<b>BAB V ANALISIS DATA</b>	<b>46</b>
A. Analisis Deskriptif .....	46
B. Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	49
C. Analisis Kuantitatif .....	50
1. Analisis Regresi Berganda .....	50
2. Pengujian Koefisien Regresi Dengan $R^2$ .....	52
3. Pengujian Koefisien Regresi Uji F .....	53
4. Pengujian Koefisien Regresi Uji t .....	54
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Hubungan 6 O dan 4 P .....	9
Gambar 2.2 Operasi Manajemen Perusahaan .....	19
Gambar 5.1 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan F.....	53
Gambar 5.2 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan Koefisien $\alpha_1$ (suku bunga) .....	54
Gambar 5.3 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan Koefisien $\alpha_2$ (reliability) .....	55
Gambar 5.4 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan Koefisien $\alpha_3$ (responsiveness) .....	56
Gambar 5.5 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan Koefisien $\alpha_4$ (assurance) .....	56
Gambar 5.6 Kurva Normal Penentuan Daerah Penerimaan Koefisien $\alpha_5$ (emphaty) .....	57

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	46
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia ....	47
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	47
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan/Uang Saku .....	48
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 5.6 Uji Validitas .....	49
Tabel 5.7 Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 5.8 Analisis Regresi .....	51
Tabel 5.9 Pengujian Koefisien Regresi dengan Uji $R^2$ .....	52
Tabel 5.10 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Dengan Uji F (simultan) .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Izin Riset .....	64
Lampiran 2 Surat Keterangan .....	65
Lampiran 3 Koesioner .....	66
Lampiran 4 Tabel I : Karakteristik Responden .....	70
Lampiran 5 Tabel II : Data Variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) .....	73
Lampiran 6 Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	77
Lampiran 7 Analisis Regression .....	83
Lampiran 8 Tabel r .....	84
Lampiran 9 Tabel F .....	85
Lampiran 10 Tabel t .....	86

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang di Tirta Mulya Yogyakarta, ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) dikutip dalam Tjiptono (2000 : 27-28) berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa yaitu bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan perhatian (emphaty).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang di Tirta Mulya, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Analisis Persamaan Regresi Berganda yang dihasilkan adalah  $Y = 2,047 + 0,441(X_1) + 0,113(X_2) + 0,191(X_3) + 0,229(X_4) + 0,235(X_5)$ . Jika variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty sama dengan nol, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 2,047. Bila kualitas layanan berubah 1 maka variabel tangibles akan bertambah sebesar 0,441%. Begitu juga untuk variabel reliability yaitu sebesar 0,113%. Sebaliknya variabel responsiveness, assurance, dan emphaty menunjukkan parameter yang positif yaitu berturut-turut sebesar 0,191%, 0,229%, dan 0,235%. Artinya setiap penambahan 1 variabel tersebut akan diikuti dengan meningkatnya kualitas layanan. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) nilai adjusted R adalah 0,961, hal ini menunjukkan bahwa 96,1% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty. Sisanya 3,9% disebabkan oleh pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model. Kemudian berdasarkan Uji Simultan (Uji F) uji Anova dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 461,654 > nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,942, terletak di daerah penolakan sehingga  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal itu berarti variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Dan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) hasil pengujian terhadap koefisien regresi dengan  $t_{hitung}$  didapat nilai  $t_{hitung}$  tangibles sebesar 4,473 ( $X_1$ ) > 1,661, reliability ( $X_2$ ) 2,053 > 1,661, responsiveness ( $X_3$ ) 3,083 > 1,661, assurance ( $X_4$ ) 4,718 > 1,661, dan emphaty ( $X_5$ ) 5,325 > 1,661. Dengan demikian variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	
DAFTAR ISI .....	
DAFTAR TABEL .....	
DAFTAR GAMBAR .....	
DAFTAR LAMPIRAN .....	
ABSTRAKSI .....	

## BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.2.2. Pentingnya Pemasaran.....	11
2.2.3. Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.4. Pengertian layanan kepuasan Konsumen .....	32
2.6. Kerangka Model Penelitian .....	
2.7. Hipotesis .....	

## BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	40
	3.1.1. Pengukuran Variabel .....	41
3.2.	Teknik Penentuan Sampel .....	44
	3.2.1. Populasi .....	44
	3.2.2. Sampel .....	44
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	45
	3.3.1. Jenis Data .....	45
	3.3.2. Sumber Data .....	46
	3.3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	47
	3.3.4. Teknik Analisis Data .....	47
	3.3.5. Asumsi Model(structural Equation Modelling) ..	48
	3.3.5.1. Evaluasi PLS .....	44

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
5.0.	Distribusi Jawaban Responden Pada variabel Tangible.....	46
5.1	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Reliability.....	49
5.2	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Responsiveness.....	52
5.3	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Assurance.....	54
5.4	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Empathy.....	55
5.5	Distribusi jawaban Responden kepuasan pelanggan Variabel Y.....	57
4.3.1	Tabel dan Gambar PLS Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	60
4.3.2	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	61
4.3.3	Hasil Second Order Pengukuran Dimensi dan Variabel.....	62
4.3.4	<u>Hasil Uji</u> Average variance extracted (AVE).....	65



4.3.5	Second Order Pengukuran Dimensi dan Indikator.....	66
4.3.6	R Square.....	69
4.3.7.	Uji Kausalitas.....	70
4.4	Pembahasan.....	70

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN SERTA LAMPIRAN

5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	73
	Belakang Lampiran – lampiran.....	*8*

# ANALISIS KEPUASAN LAYANAN PADA KONSUMEN PT. POS SIDOARJO (PERSERO)

Oleh :  
Ainur Rofiq S  
0912010158

## Abstraksi

Dunia pemasaran yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing. Untuk tetap bertahan dalam dunia pemasaran yang semakin cepat berubah maka perusahaan dituntut bekerja keras dan lebih kreatif dalam menghadapi selera konsumen atau calon konsumen yang semakin beragam perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan keinginan pasar, sehingga perusahaan mampu memberikan derajat kepuasan yang memenuhi harapan para konsumen. Selama ini perusahaan harus dapat mengetahui kepuasan konsumen dengan persepsi konsumen, dan perusahaan harus dapat mengantisipasi ancaman yang timbul dari pesaing, untuk dapat menghadapi yang ada perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mempertahankan konsumen dengan menghasilkan produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Jika produk tersebut mempunyai kualitas baik atau kinerja produk itu baik maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk mempunyai kualitas buruk konsumen tidak akan puas. Karena kepuasan ditentukan oleh persepsi konsumen tentang jasa atau produk yang memenuhi kebutuhan mereka.

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan konsumen pengguna Jasa pengiriman PT Pos Sidoarjo pada bulan September – November 2013 dengan jumlah sample 119 orang. Pengujian hipotesis dan metode analisa yang digunakan adalah PLS. penafsiran pengaruh pada masing masing variable bebas terhadap variable terikatnya menggunakan koefisien jalur, hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki beberapa indikator dari masing masing variable bebas dan terikat.

Didalam penelitian ini menggunakan variable 5 dimensi dengan (X1) Tangible, (X2) Emphaty, (X3) Reability, (X4) Responsiveness, (X5) Assurance, dan Variabel (Y) kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan dapat disimpulkan sebagai berikut kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen/pelanggan

Keywords : Kualitas Produk Dan Kepuasan konsumen

## PENDAHULUAN

Sejak pertama kali berdiri pada tahun 1746 sebagai badan usahayang bertuga

suntuk membantu keperluan jasa pengiriman surat ataupun barang-barang lainnya untuk pemerintahan Belanda, sampai dengan saat ini dengan penambahan teknologi terbarunya berupa fasilitas Jejak Lacak (Track and Trace) sebagai salah satu produk baru yang ditawarkan; PT Pos Indonesia (Persero) telah mengalami banyak sekali perkembangan dan perubahan terutama dari segi teknologi. Dan salah satu perubahan yang cukup

Berarti yaitu terjadi pada bulan Juni tahun 1995, dimana sejak saat itu Pos Indonesia telah resmi berubah menjadi sebuah PT (Perseroan Terbatas) yang sebelumnya berupa Perum (Perusahaan Umum).

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa selalu dihadapkan pada pertanyaan, “mengapa konsumen membeli barang atau jasa tertentu?” jawabannya tidak dapat diterangkan secara langsung dari pengamatannya saja, tetapi dibutuhkan analisa perilaku konsumen yang lebih mendalam. Hal ini akan banyak membantu bagi manajer pemasaran untuk memahami “mengapa” dan

“bagaimana” perilaku konsumen tersebut, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barangnya secara baik (Swastha, 2000 : 13). Dengan analisa perilaku konsumen ini, perusahaan akan mempunyai pandangan yang lebih luas dan akan lebih mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Dalam perkembangan ekonomi khususnya saat ini di Daerah kota Sidoarjo, sebagai kota pendidikan, kota industri, dan pariwisata UKM ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat. Serta dari tahun ketahun penduduk di kota ini semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder. Dari mulai kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari sampai pada kebutuhan tersier semakin hari semakin meningkat.

Maka pada situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen membuat perusahaan kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.

Peranan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan pengirimana paket bisnis kurir dimana-mana. Maka persaingan sesama perusahaan bisnis kurir semakin tajam. Peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup

memberikan lapangan pekerjaan atau bisnis baru. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan bisnis kurir.

Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli. Konsumen dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Secara umum perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Dimana strategi ofensif perlu ditujukan untuk meraih atau memperoleh konsumen baru, sedangkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan strategi defensif berusaha untuk mengurangi kemungkinan customer exit dan beralihnya konsumen dari perusahaan.

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha merebut konsumen suatu perusahaan. Dampak kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda setiap perusahaan. Karena konsumen puas belum berarti mereka puas, akan tetapi konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Kepuasan konsumen dipengaruhi dua variabel utama, yaitu Expectations dan Perceived Performance, bila Perceived Performance melebihi Expectations, maka konsumen mendapatkan kepuasan, akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen (Tjiptono, 2000 : 41).

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) dikutip dalam Tjiptono (2000 : 27-28) berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa,

Masalah yang dihadapi PT Pos,Sidoarjo(Persero)ditunjukkan dengan adanya komplain dan keluhan dari para pelanggan terhadap kualitas layanan dan sarana yang disediakan. Seperti pada pelanggan yang akan melakukan transaksi melewati proses ketidak nyamanan terhadap lahan parkir yang sempit dan ruang tunggu yang tak memadai jumlah pelanggan,serta keluhan terlambatnya pengiriman dan kadang terjadi kerusakan barang dari pelanggan sehingga mengganggu kenyamanan ,hingga staff karyawan yang kurang cekatan dan kurang menanggapi dalam menangani calon pelanggan yang sedang transaksi yan. hal ini bisa dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan yang komplain dan mengeluhkan setiap tahunnya seperti pada tabel berikut :

Gambar;1.1

**Tabel 1.1**

Pelanggan yang komplain

Tahun	Jumlah komplain konsumen	Seluruh kab.Sidoarjo (presentase)
2008	0	-
2009	22	3%
2010	61	10%
2011	98	14%
2012	134	30%

{Sumber:PT.Pos,Sidoarjo(Persero)}

Hal ini mulai dikemukakan oleh pihak PT,Pos Sidoarjo selaku pemilik Bisnis jasa layanan yang pada awal di dirikan PT.Pos,Sidoarjoa pada tahun awal kejayaan mengalami peningkatan kini mengalami kemerosotan dan hal ini dapat di lihat di table berikut :

Gambar 1.2 Tabel 1.2:Data pendapatan bisnis pos EXPRES 5 tahun terakhir

KANTOR:	SIDOARJO 61200	Wajib diisi	KOTA:	SIDOARJO
KELAS:	KP IV		KODYA / KAB:	SIDOARJO
WILPOS:	VII SURABAYA 60004		PROPINSI:	JAWA TIMUR
BULAN:	DESEMBER 2008-2012	Wajib diisi	<b>REVISI</b>	
I. EKSPLOITASI				

TAHUN	Income Bisnis Pos Express (Rupiah)
2008	1.063.485.452
2009	1.969.859.335
2010	1.642.070.317
2011	1.561.973.105
2012	1.302.348.728

{ Sumber; PT.Pos, Sidoarjo, (Persero) Tahun 2013 }

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa selama 3 tahun terakhir dari 2010-2012 telah terjadi penurunan pada penjualan produk Pos expres di PT.Pos Sidoarjo dari 1.642.070.317 rupiah menjadi 1.302.348.728 rupiah (Sumber; PT.Pos, Sidoarjo Tahun 2013)

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (feed back) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Disini diantaranya dapat dilakukan dengan penerapan sistem keluhan dan saran atau dengan survei loyalitas pelanggan maka keluhan atau ketidakpuasan



pelanggan tersebut dapat segera diambil dan ditentukan solusi yang terbaik oleh perusahaan(PT).

Untuk memahami adanya perilaku konsumen bukan suatu hal yang mudah dikarenakan adanya faktor faktor yang berpengaruh dimana faktor tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Dengan banyaknya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan ini maka diperlukan adanya pelayanan yang terbaik. Yang mana faktor yang mempengaruhi kualitas layanan ini terdiri dari 5 dimensi yaitu : Tangible, Reability, Responsivenees, Assurance, Emphaty.

1. Bukti langsung (tangibles)

Adalah fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (reliability)

Adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3. Daya tanggap (responsiveness)

Adalah respon atau kesigapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

4. Jaminan (assurance)

Adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menambahkan kepercayaan konsumen.

## 5. Perhatian (emphaty)

Adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

### 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka itu dapat kita rumuskan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan(Jasa) terhadap kepuasan pelanggan di PT.Pos Sidoarjo

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dengan berdasarkan perumusan masalah diatas dapat disusun tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan(jasa) terhadap kepuasan pelanggan di PT.Pos,(Persero)Sidoarjo

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukan penelitian ini adalah :

#### 1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dijadikan bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya bagi PT.Pos,Sidoarjo dalam menentukan keputusan yang berorientasi pelanggan, serta dalam menentukan keputusan pengembangan kualitas pelayanan.

#### 2.Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia kususny bisnis kurir

### 3. Bagi Konsumen dan Pembaca

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan pengetahuan mengenai kegiatan Pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pengguna jasa pelayanan

### 4. Bagi Masyarakat

Sebagai evaluasi atas kinerja pelayanan khususnya jasa kurir