

# TESIS

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA KANTOR POS DUSUNGYO SELATAN THAILAND

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Magister Sains

Oleh :

**NAMA : MR. BARKAT TALEH**  
**NOMOR MAHASISWA : 197121025**  
**BIDANG KAJIAN UTAMA : ADMINISTRASI PUBLIK**

**PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU ADMINISTRASI**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**PEKANBARU**  
**2020**

## KATA PENGANTAR

### *Bismillaahirrohmaanirrohiim*

Puji dan syukur penulis panjatkan ke Hadirat Tuhan ALLAH S.W.T yang telah memberikan rahmat taufik dan hidayah-Nya yang begitu besar. Sholawat sertasalam senantiasa tercurah bagi-Mu Rosulullah SAW beserta keluarganya hingga akhir zaman.

Selanjutnya skripsi penelitian ini yang disusun untuk memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) pada Program Studi Maqister Ilmu Administrasi di Universitas Islam Riau ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand”**

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini bukanlah usaha dari seorang pribadi penulis. Begitupun banyak pihak yang telah terlibat di dalamnya, baik dalam hal materi maupun non materi. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin memberi ucapan rasa terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak prof. Dr. H. Syafriyandi, S.H.,M.C.L., selaku Rektor Universitas Islam Riau. Yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimbah ilmu pada lembaga pendidikan yan beliau pimpin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Yusri Munaf, S.H., M.Hum Direktur Program Pasca Sarja Universitas Islam Riau. . Yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimbah ilmu pada pasca sarjana Universitas Islam Riau yang beliau pimpin.

3. Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogya, S.Sos., M.Si. Ketua Program studi Magister Ilmu Administrasi dan sebagai Pembimbing II. Yang juga turut memberikan pengarahannya juga meluankan waktu menyumbangkan pikiran kepada penulis dan membantu penulis hingga selesai skripsi ini.
4. Bapak Pembimbing I Dr. H. Nurman, S.Sos.,M.Si. yang banyak menyerahkan dan membimbing penulis hingga selesainya tulisan tesis ini.
5. Para Dosen Program Studi Magister Ilmu Administrasi Universitas Islam Riau yang telah banyak berjasa dalam menyubangkan ilmunya dari awal kuliah hingga penulis sampai penyelesaian tugas akhir dari masa perkuliahan.
6. Para T.U dan pegawai- pegawai di Pasca Sarjana Universitas Islam Riau.
7. Setiap teman-teman dari Pasca Sarjana Universitas Islam Riau, yang telah banyak memberi bantuan dan dorongan penulis yang tidak dapat penulis lupakan.

Mudah-mudahan semoga atas bantuan dan dukungannya selama ini menjadi amal ibadah akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

*Wabillahitaufik wal hidayah wassalamu alaikum Wr.Wb.*

Pekanbaru, 25 JANUARI 2021  
Penulis

Mr.Barkat Taleh, S.Pd  
NPM:197121025

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGATAR</b> .....	<b>I</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>III</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>V</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>IX</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Mafaat Penelitian .....	7
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Kerangka pemikiran.....	34
2.3 Hipotesis .....	36
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
2.5 Konsep Operasional.....	43
2.6 Operasional Variabel.....	44
2.7 Teknik Pengukuran .....	48
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Tipe Penelitian .....	50
3.2. Lokasi Penelitian.....	50
3.3.Populasi dan Sampel .....	51
3.4 Teknik Penarikan Data.....	52



3.5 Jenis dan Sumber Data .....	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
3.8 Jadwa Kegiatan Penelitian.....	57
<b>BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN</b>	
4.1 Sejarah Ringkas .....	58
4.2 Struktur Organisasi.....	61
4.3 Sumber Daya Organisasi.....	62
<b>BAB V : ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	63
5.2 Analisis Kualitas pelayanan .....	67
5.3 Analisis Kepuasan pengguna .....	95
5.4 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand.....	97
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan .....	111
6.2 Saran .....	112

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPERAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 :</b> Thai Post Company Limited memiliki total pekerjaan pos di seluruh negeri 3 tahun yang lalu.....	4
<b>Tabel 2.1 :</b> Adapun penelitian terdahulu.....	37
<b>Tabel 2.2 :</b> Operasional Variabel Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	44
<b>Tabel 2.3 :</b> Skala pengukuran Likret .....	48
<b>Tabel 3.1 :</b> Jumlah sampel yang diteliti.....	52
<b>Tabel 3.2 :</b> Waktu Penelitian.....	57
<b>Tabel 4.1 :</b> Waktu layanan dikantor Pos Dusungyo .....	60
<b>Tabel 4.2 :</b> keadaan Sumber Daya Manusia kenerja di Thailand Pos Dusungyo .....	62
<b>Tabel 5.1 :</b> Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
<b>Table 5.2 :</b> Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis usia .....	64
<b>Tabel 5.3 :</b> Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	65
<b>Tabel 5.4 :</b> Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	66
<b>Tabel 5.5 :</b> Tanggapan Responden Mengenai Kantor pos terletak di lokasi jalan Utama ditemukan Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	68
<b>Tabel 5.6 :</b> Tanggapan responden mengenai Kenyamanan tempat parker dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	69
<b>Tabel 5.7 :</b> Tanggapan responden mengenai Lokasi layanan bersih dan rapi dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand.....	70
<b>Tabel 5.8 :</b> Tanggapan responden mengenai ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	71

<b>Tabel 5.9</b> : Tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	72
<b>Tabel 5.10</b> : Tanggapan responden mengenai Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area pelayanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	73
<b>Tabel 5.11</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator.....	74
<b>Tabel 5.12</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan memberikan informasi yang benar yang ingin Anda ketahui pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand.....	76
<b>Tabel 5.13</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya Bantu mereka juga pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	77
<b>Tabel 5.14</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan apapun pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand .....	78
<b>Tabel 5.15</b> : Tanggapan responden mengenai Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand.....	79
<b>Tabel 5.16</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator .....	80
<b>Tabel 5.17</b> : Tanggapan responden mengenai Anda bisa mendapatkan layanan dengan mudah tidak repot pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	81
<b>Tabel 5.18</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan siap melayani pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	82
<b>Tabel 5.19</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan bersedia membantu mereka dalam pelayanan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	83
<b>Tabel 5.20</b> : Tanggapan responden mengenai Perusahaan telah memperbarui kemajuan layanan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	84
<b>Tabel 5.21</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator .....	85

<b>Tabel 5.22</b> : Tanggapan responden mengenai Kantor pos memiliki sistem layanan yang sesuai, benar, dapat diandalkan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	86
<b>Tabel 5.23</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan pada Kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand .....	87
<b>Tabel 5.24</b> : Tanggapan responden mengenai Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	88
<b>Tabel 5.25</b> : Tanggapan responden mengenai keramahan, baik hati, sopan, berseri-seri pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	89
<b>Tabel 5.26</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator .....	90
<b>Tabel 5.27</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan menjadikan kepentingan pengguna sebagai prioritas pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	91
<b>Tabel 5.28</b> : Tanggapan responden Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	92
<b>Tabel 5.29</b> : Tanggapan responden mengenai Karyawan memahami kebutuhan pengguna pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand .....	93
<b>Tabel 5.30</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator .....	94
<b>Tabel 5.31</b> : Rekapitulasi Dimensi dan Indikator variable Kualitas Pelayanan .....	94
<b>Tabel 5.32</b> : Tanggapan responden mengenai Anda merasa ingin kembali menggunakan layanan di Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand.....	96
<b>Tabel 5.33</b> : Hasil Uji Validitas Instrument Penelitian .....	98
<b>Tabel 5.34</b> : Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian .....	99



<b>Tabel 5.35</b> : Hasil Uji Multikolinieritas .....	104
<b>Tabel 5.36</b> : Coefficients <sup>a</sup> .....	105
<b>Tabel 5.37</b> : Model Summary.....	109



# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA KANTOR POS DUSONGYO SELATAN THAILAND

## ABSTRAK

Oleh

**Mr. BARKAT TALEH**

Sistem e-Commerce dengan memahami kebutuhan yang terjadi di seluruh rantai pasokan bisnis dan menyesuaikan standar layanan agar siap Persaingan yang terjadi Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan di kantor pos dusongyo selatan Thailand, Indikator penilaian yang dipergunakan meliputi penataan ketatalaksanaan, penataan sumber daya manusia aparatur *Tangible*, *Relibilitas*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan pengguna. Penelitian yang berlokasi di kantor Pos Dusongyo ini adalah Survey Deskriptif, yaitu memprioritaskan daftar kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan data yang terkumpul dengan alat ini kemudian dijadikan bahan buku utama untuk menganalisis kondisi empiris dari obyektivitas keberadaan tujuan penelitian pada lokasi teliti. Terdapat satu kelompok populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu pengguna kantor pos Dusongyo dengan jumlah 50 orang. teknik sampling yang dipergunakan dalam menetapkan individu sampel adalah *Accidental sampling*. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari, data primer, dikumpulkan dengan teknik kuisisioner, serta data sekunder yang dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Koefisien Determinasi yang dipengaruhi oleh Variabel x terhadap Kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo adalah sangat berendah. Sedangkan Koefisien korelasi yang dipengaruhi oleh Variabel x terhadap Kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo adalah sangat brat. Oleh karena itu disarankan pihak Kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand selalu memperbaharui dan menyesuaikan baik dengan melalui media atau layanan *Door to Door* untuk pelayanan masa ke masa sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pengguna.**

# **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION IN POST OFFICE SOUTH DUSONGYO THAILAND**

## **ABSTRACT**

**By**

**Mr. BARKAT TALEH**

*E-Commerce system by understanding the needs that occur throughout the business supply chain and adjusting service standards to be ready Competition that occurs This study aims to determine the effect of service quality in the post office of southern Thailand dusongyo, the assessment indicators used include structuring management, structuring human resources. Tangble apparatus, reliability, responsiveness, assurance and empathy for user satisfaction. This research, which is located at the Dusongyo Post office, is a descriptive survey, which prioritizes the questionnaire list as a means of collecting data and the data collected by this tool is then used as the main book material to analyze the empirical conditions of the objectivity of the existence of the research objectives at the meticulous location. There is one population group and the sample in this study is 50 people using the Dusongyo post office. The sampling technique used in determining individual samples is Accidental sampling. Types and data collection techniques used consisted of, primary data, collected by questionnaire techniques, and secondary data collected using documentation techniques. The results showed that: The coefficient of determination which is influenced by the variable  $x$  on user satisfaction at the Dusongyo post office is very low. While the correlation coefficient which is influenced by the variable  $x$  on the satisfaction of users of the Dusongyo post office is very bad. Therefore it is recommended that the Post Office of Dusongyo Selatan Thailand always update and adjust either through the media or Door to Door services for periodic services so as to improve the quality of its services.*

**Keywords: service quality, user satisfaction.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia mengandalkan "komunikasi" sebagai alat untuk peyampaian pemikiran, edia, gagasan dan sebagainya. menciptakan kepercayaan yang baik agar hidup bersama sebagai kelompok sebagai masyarakat dan semakin banyak masyarakat manusia telah berkembang menjadi lebih kompleks Komunikasi menjadi semakin penting Karena itu, pengembangan alat Dan struktur komunikasi di setiap periode Sesuai dengan cara hidup Dan bermanfaat bagi anggota masyarakat yang paling Di mana masyarakat Thailand, ekonomi, politik dan pemerintahan di setiap periode Apakah sumber perubahan Dan berbagai kegiatan pengembangan Layanan pos mulai memenuhi kebutuhan masyarakat komunikasi pertama. Adalah untuk mengirim berita untuk menyelidiki berita musuh di masa perang Dan saat negara tidak damai Ini adalah koneksi antar kota jika jarak jauh bergantung pada kendaraan seperti kuda, gajah, bagal, perahu atau rakit yang digunakan di setiap lokasi. Dan mengembangkan hubungan baik dengan Barat Di ujung negara Raja Mongkut Atau Rama 4 telah berkomunikasi satu sama lain Itulah konsulat Inggris di Bangkok Itu adalah agen pertama yang menyediakan layanan pos ke negara-negara asing pada periode itu. Dianggap bahwa semua anggota parlemen Dan tuan yang mulia adalah pemimpin resepsi Dan saling mengirim surat Dengan mulai menggunakan sistem pos (Departemen Pos dan Telegraf, 2002).



Dunia tanpa batas seperti hari ini Informasi dapat dikirim ke setiap sudut dunia dengan biaya rendah dan tidak butuh waktu lama. Konsumen di satu belahan bumi dapat memperoleh informasi tentang produk dan layanan di belahan dunia lain hanya dalam sedetik. Transportasi yang nyaman membuat produk dan layanan pengiriman tidak sulit lagi. Bisa dibilang masuk itu Bahkan, penyedia layanan memiliki daya tawar yang lebih rendah, sementara konsumen memiliki kekuatan lebih, yang menyebabkan pengguna memiliki harapan yang sangat tinggi. Penting Di era layanan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dianggap sebagai faktor penting dalam bersaing untuk mendapatkan keuntungan (Natthapat Lorpraditpong,2006:11 ).

Thailand Post Company Limited ( บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท.)) didirikan pada 14 Agustus 2003 oleh dikonversi menjadi bisnis "(Communications of Thailand การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท))" menurut kebijakan pemerintah. Itu ingin diprivatisasi dengan tujuan memodernisasi bisnis pos Thailand keningkatkan efisiensi kerja agar sebanding dengan sektor swasta dan berikan kualitas layanan standar. tingkatkan kualitas hidup untuk kepentingan ekonomi negara dengan menyediakan berbagai layanan dengan membawa peralatan komputer modern untuk diservis dalam sistem penghitung pos otomatisasi dan memiliki cara operasi sesuai dengan visi perusahaan, yang pada awalnya ditetapkan sebagai "pemimpin dalam bisnis pos dengan berfokus pada menciptakan kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan yang berstandar internasional dan merupakan organisasi yang diterima secara umum itu adalah penyedia layanan untuk mengirim-menerima

berita tentang layanan. Layanan Keuangan dan Agen Yang memiliki jaringan paling luas dan dapat diandalkan ".

Pada abad ke-21, konsep komunikasi dibuat di era globalisasi manajemen di semua organisasi harus beradaptasi untuk mendukung perubahan dan persaingan yang ketat. Setiap organisasi berfokus pada kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan tertinggi bagi pelanggan. Fokus pelanggan adalah kunci untuk memimpin organisasi menuju keunggulan. Karena pelanggan akan memutuskan apakah produk atau Apakah kualitas layanan. Oleh karena itu, organisasi harus memiliki metode untuk menemukan kebutuhan pelanggan. Dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan sebanyak mungkin. (National Productivity Institute, 2000:6) Saat ini, layanan organisasi adalah bagian terpenting yang membantu membangun kepercayaan terhadap kualitas produk dan kepuasan pengguna layanan organisasi. Dapatkan Karena itu, semua organisasi, baik publik maupun swasta. Keberhasilan atau kegagalan tergantung pada kualitas dan efisiensi layanan.

Saat ini, Thailand Post Populer dan Nyaman bagi pengguna dalam banyak hal, menghasilkan beban kerja yang lebih tinggi dari pertumbuhan bisnis e-commerce atau memesan produk secara online, hingga jutaan per hari Kantor pos juga menawarkan banyak layanan untuk pengguna seperti setoran, forward, pay, top-up online. Menjual produk online sendiri, ongkos kirim, tindakan mobil, reservasi, perjalanan, dan tiket pertunjukan Pembayaran utilitas Termasuk layanan Bank @ Post, dengan setoran transfer penerimaan Tetapi berbagai layanan juga

menyebabkan berbagai masalah juga 3 tahun yang lalu, Thai Post Company Limited memiliki total pekerjaan pos di seluruh negeri

**Tabel 1.1 : Thai Post Company Limited memiliki total pekerjaan pos di seluruh negeri 3 tahun yang lalu**

<b>Beban kerja</b>	<b>Th 2017</b>	<b>Th 2018</b>	<b>Th 2019</b>	<b>Persesn</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1. Layanan pos domestik (juta keping)</b>				
a. Ongkos kirim biasa	2,012.82	2004.00	1,865.25	-3.76
b. Paket	13.70	13.47	10.35	-1.41
c. Layanan khusus	346.87	407.77	386.32	+1.34
<b>Jumlah</b>		-	3.82%	
<b>2. Layanan pos internasional (juta keping)</b>				
a. Ongkos kirim biasa	45.21	37.85	35.72	-16.1
b. Paket	0.72	0.72	0.71	-0.01
c. Layanan khusus	6.04	7.60	7.39	+0.44
<b>Jumlah</b>		-	15.57%	
<b>3. Jasa keuangan (juta keping)</b>				
a. Wesel dalam negeri	5.17	3.25	3.46	-17.8
b. Pay at post	6.46	4.77	3.96	-25.5
<b>Jumlah</b>		-	43.3%	

**Sumbet Data: Thailand Post Company Limited / 2020**

Dengan sumber data diatas melihtakan bahwa layanan pos domestic dibidang Ongkos kirim biasa Perubahan beban kerja dalam kelompok bisnis pos Untuk tahun 2019, menunjukkan tren penurunan yang lebih jelas dibandingkan dengan tahun 2017 dengan kuantitas kerja keseluruhan persen diturun adalah 3.76 % dan layanan dibidang paket persen diturun adalah 1.41% sedangkan bahwa layanan pos dibidang layanan khusus perses ditambah sebanya 1.34%. Jadi layanan pos domestik ini jumlah pengguna diturunkan sebayak -3.82% kemudian layanan pos internasional dibidang Ongkos kirim biasa persen diturunkan sebanya 16.1% dan layanan dibidang paket persen diturun adalah 0.01% edangkan bahwa layanan pos dibidang layanan khusus perses dinaik sebanya 0.44%. Jadi layanan pos internasional ini jumlah pengguna diturunkan sebayak -15.57%. kemudian layanan pos dengan jasa keuangan dibidang Wesel dalam negeri persen diturunkan sebayak 17.8% dan dibidang Pay at post persen diturunkan 25.5%. Jadi layanan pos dengan jasa keuangan ini jumlah pengguna diturunkan sebayak -43.3%.

Dari situasi kinerja non-keuangan yang terjadi pada tahun 2019, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan perubahan beban kerja kelompok pengiriman dokumen terus menurun secara terus menerus dan lebih jelas. Meskipun masih ada beberapa kebutuhan untuk digunakan Dalam kelompok layanan dengan bukti pengiriman Tetapi terbatas pada kelompok pengguna tertentu saja Dan mulai memberi sinyal permintaan Yang juga melambat saat beban kerja kelompok pengiriman Termasuk layanan yang terkait dengan pengiriman barang Masih ada kecenderungan untuk terus meningkat. Ini adalah hasil dari meningkatnya



permintaan untuk layanan e-commerce, terutama layanan baru yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengendalian biaya pada khususnya. Yang diterima dengan baik di tahun 2019

Dari situasi itulah dapat disimpulkan Mengubah perilaku konsumen menjadi era digital adalah faktor utama yang mempengaruhi industri pos dalam hal mengintensifkan persaingan. Terutama di bidang layanan pengiriman Kantor pos di dusungyo perlu beradaptasi untuk meningkatkan daya saing. Dengan berfokus pada pengembangan layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen modern, yang semuanya didorong oleh sistem e-Commerce dengan memahami kebutuhan yang terjadi di seluruh rantai pasokan bisnis dan menyesuaikan standar layanan agar siap Persaingan yang terjadi

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti, kemudian mencoba menuangkan ke dalam suatu karya ilmiah dengan judul: “ **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan sebagai berikut: “Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Pengguna pada kantor pos dusungyo selatan Thailand”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Pengguna pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand.
2. Untuk mengetahui hubungan antara pengguna layanan dengan memberi layanan di kantor pos Dusongyo Selatan Thailand.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand

Sebagai masukan guna menentukan kebijakan di waktu yang akan datang dalam rangka meningkatkan pelayanan dan fasilitas untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat.

2. Bagi Pengguna

Sebagai sumber referensi kegiatan keilmuan di waktu yang akan datang. Disamping itu sebagai gambaran bagi pengguna tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah selain itu menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dibidang kualitas pelayanan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Konsep Administrasi

Administrasi merupakan salah satu alat/tonggak dalam sebuah pelaksanaan pembangunan. Karena tanpa adanya pengadministrasian dengan baik maka proses pembangunan tidak akan dapat berjalan dengan lancar.

Menurut Siagian (2003:2) administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Ada beberapa hal yang terkandung dalam definisi diatas. Pertama, administrasi sebagai seni adalah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedang akhirnya tidak diketahui. Kedua, administrasi mempunyai unsure-unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai adanya tugas atau tugas-tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu.

Atmosudirjo dalam Zulkifli (2005: 17) menyatakan bahwa administrasi merupakan seperangkat kegiatan tertentu dan terarah yang berlangsung untuk memimpin serta mengendalikan organisasi modern yang menjadi wahana suatu urusan sekaligus berlangsung didalamnya.

Memandang kerjasama manusia mencapai tujuan sebagai objek studi ilmu administrasi, maka ada 10 dimensi yang perlu dipahami dalam konsep

administrasi yang dikemukakan oleh Atmosudirdjo dalam Zulkifli (2005:21-23) sebagai berikut :

- a. Administrasi merupakan suatu fenomena sosial, suatu perwujudan tertentu dalam masyarakat modern. Eksistensi dari pada administrasi berkaitan dengan organisasi, artinya administrasi terdapat didalam suatu organisasi.
- b. Administrasi merupakan suatu hayat atau kekuatan yang memberikan hidup atau gerak kepada suatu organisasi. Tanpa administasi yang sehat maka organisasi akan tidak sehat pula. Pembangkit administrasi sebagai suatu kekuatan atau enerrgi atau hayat adalah administrator yang harus pandai menggerakkan seluruh sistemnya yang terdiri atas para manajer, staff, dan personil lainnya.
- c. Administrasi merupakan suatu fungsi tertentu untuk mengendalikan, menggerakkan, mengembangkan, dan mengarahkan suatu organisasi yang dijalankan oleh administrator dibantu oleh bawahannya, terutama para manajer dan staff.
- d. Administrasi merupakan suatu kelompok orang-orang yang secara bersama-sama merupakan badan pimpinan dari pada suatu organisasi.
- e. Administrasi merupakan suatu seni (*art*) yang memerlukan bakat, ilmu, pengetahuan dan pengalaman.
- f. Administrasi merupakan suatu proses penyelenggaraan bersama atau proses kerjasama antara sekelompok orang-orang tertentu untuk



mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Kerjasama orang-orang tersebut berlangsung secara organisasi

- g. Administrasi merupakan suatu jenis tingkah laku atau sikap kelakuan social yang tertentu (*administrative behaviour or administration as special type of social behavior*) yang memerlukan sikap dan mental tertentu serta merupakan suatu tipe tingkah laku manusia tertentu (*special tpe of human behaviour*).
- h. Administrasi merupakan suatu teknik atau praktek yang tertentu, suatu tata cara yang memerlukan kemampuan atau mengerjakan sesuatu yang memerlukan kemampuan, kemahiran, keterampilan(*skills*) yang hanya dapat diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan.
- i. Administrasi merupakan sistem yang tertentu, yang memerlukan input, tranformasi, pengolahan dan output tertentu.
- j. Administrasi merupakan suatu tipe manajemen tertentu yang merupakan *overall manajement* dari pada suatu organisasi. Pada hakikatnya manajemen merupakan pengendalian dari sumber daya-sumber daya menuju ketercapaian suatu prapta (*objective*) tertentu. Sumber daya-sumber daya (*resources*) dimaksud meliputi: orang-orang (*man*), uang (*money*), mesin-mesin (*machine*), bahan atau peralatan (*materials*), metode-cara teknik(*methods-technology*), ruang (*space*), tenaga atau energy (*energy*, dan waktu (*time*), dalam istilah administrasi tercakup adanya pesan, tugas tanggung jawab dan kepercayaan yang diberikan oleh para pemilik organisasi.

Administrasi menurut Reksomadiprawiro dalam Widjaja (2004: 37) adalah tata usaha yang mencakup setiap pengaturan yang rapi dan sistematis serta penentuan fakta-fakta secara tertulis dengan tujuan memperoleh pandangan yang menyeluruh serta hubungan timbal balik antara satu fakta lain.

Mengacu pada perspektif jasa pelayanan sebagai produk suatu lembaga, konsep administrasi diartikan sebagai proses kegiatan yang menghasilkan sejumlah keterangan tertulis yang dibutuhkan oleh satu atau sekelompok orang tertentu. Keterangan itu cenderung dimanfaatkan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai kebutuhan atau tujuan lainnya. Seperti permasalahan pokok yang dikemukakan oleh Pasolong (2007: 2) antara lain : Siapa yang harus melayani dan dilayani dan siapa yang harus mengatur dan diatur. Dalam hal ini, manusia sebagai subjek untuk melayani dan manusia pulalah yang menjadi objek untuk dilayani. Manusia yang harus menjaga keteraturan kehidupannya dan manusia itu sendiri yang harus memecahkan seluruh permasalahan kehidupan sosialnya.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa yang menjadi bahan baku administrasi ialah manusia. Karena manusia merupakan sumber adanya kepentingan manusia, khususnya keberadaannya sebagai makhluk social yang bermasyarakat. Konsekuensinya ialah administrasi bertanggung jawab terhadap kelangsungan organisasi dengan segala kegiatan mulai merencanakan sampai pada evaluasi demi tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Objek disiplin ilmu administrasi Negara adalah pelayanan publik sehingga yang perlu dikaji adalah keberadaan berbagai organisasi public. Syafiie (2003:32)

dalam bukunya yang berjudul “Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia”, mengemukakan ada 7 (tujuh) hal khusus dari administrasi Negara, yaitu:

- a. Tidak dapat dielakan (*unavoidable*)
- b. Senantiasa mengharapkan ketaatan (*expect obedience*)
- c. Mempunyai prioritas (*has priority*)
- d. Mempunyai pengecualian (*has exceptional*)
- e. Puncak pimpinan politik (*top management political*)
- f. Sulit diukur (*difficult to measure*)
- g. Terlalu banyak mengharapkan dari administrasi public (*more is expected of public administration*)

Menurut Siagian (2003:7) administrasi Negara secara singkat dan sederhana dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang dilakukan olehseluruh aparatur pemerintah dari suatu Negara dalam usaha mencapai tujuan negara.

Dari definisi diatas dapat dsimpulkan bahwa administrasi itu adalah proses kerja sama beberapa orang untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efesien, jadi tanpa adanya kerja sama suatu organisasi itu tidak dapat akan berjalan dengan baik.

Menurut Wirach pada tahun 2002 berpendapat demikian Administrasi sebagai proses Atau proses administrasi Ini karena sejumlah konsep seperti POSDCoRB, Luther Gulick, dan Lyndall Urwick terdiri dari 7 prosedur administratif: Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Kepegawaian (Staffing), Pengarahan (Directing), Koordinasi (Coordinating),

pelaporan (Reporting) dan penganggaran (Budgeting), sedangkan proses manajemen konseptual Henry Fayol terdiri dari lima aspek: Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Penguasaan (Commanding), Koordinasi (Coordinating) dan pengendalian pekerjaan (Controlling) atau secara kolektif dikenal sebagai Poc (POCCC) (Wirach, 2002:39)

### **2.1.2. Konsep Organisasi**

Orang mendirikan organisasi mempunyai maksud agar tujuan tertentu dapat dicapai melalui tindakan bersama yang telah disetujui bersama. Dengan organisasi, tujuan dan sasaran dapat dicapai secara lebih efektif dan efisien dengan cara dan tindakan yang dilakukan secara bersama-sama. Idealnya, konsep dapat dilaksanakan apabila para organisatoris atau manajer yang ada dalam organisasi paham tentang tugas dan tanggung jawabnya.

Definisi organisasi banyak ragamnya, tergantung pada sudut pandang sebagai wadah, sebagai proses, sebagai perilaku, dan alat untuk mencapai tujuan. Namun demikian, definisi organisasi yang telah dikemukakan oleh para ahli organisasi sekurang-kurangnya ada unsur kerjasama, orang yang bekerja sama, dan tujuan bersama yang hendak dicapai.

Menurut Siagian (2003:6) organisasi ialah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut bawahan.



Dari definisi diatas menunjukkan bahwa organisasi dapat ditinjau dari dua segi pandangan, yaitu sebagai berikut :

- a. Organisasi sebagai wadah dimana kegiatan-kegiatan administrasi dijalankan.
- b. Organisasi sebagai rangkaian hirarki dan interaksi antara orang-orang dalam suatu ikatan formal.

Gibson, et. Al (2010:6) mendefinisikan ”organisasi adalah wadah yang memungkinkan masyarakat dapat meraih hasil yang sebelumnya tidak dapat dicapai oleh individu secara sendiri-sendiri”.

Menurut Robbin (2012:4) ”organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan”.

Menurut Weber dalam Thoha (2010:98) bahwa : suatu organisasi atau kelompok kerja sama ini mempunyai unsur kekayaan sebagai berikut :

- a. organisasi merupakan tata hubungan sosial, dalam hal ini seseorang individu melakukan proses interaksi sesamanya di dalam organisasi tersebut.
- b. organisasi mempunyai batasan-batasan tertentu (*boundaries*), dengan demikian seseorang yang melakukan proses interaksi dengan lainnya tidak atas kemauan sendiri. Mereka dibatasi oleh aturan-aturan tertentu.

- c. organisasi merupakan suatu kumpulan tata aturan, yang bisa membedakan ini menyusun proses interaksi di antara orang-orang yang bekerja sama didalamnya, sehingga interaksi tersebut tidak muncul begitu saja.
- d. organisasi merupakan suatu kerangka hubungan yang berstruktur di dalamnya berisi wewenang, tanggung jawab, dan pembagian kerja untuk menjalankan sesuatu fungsi tertentu.

Istilah lain dari unsur ini ialah terdapatnya hirarki (*hierarchy*). Konsekuensi dari adanya hirarki ini bahwa di dalam organisasi ada pimpinan atau kepala dan bawahan atau staf. Menurut Etziomi dalam Thoha (2010 : 100), mengemukakan ”konsep organisasi sebagai pengelompokan orang-orang yang sengaja disusun untuk mencapai tujuan tertentu”.

Pada organisasi tersebut masing-masing personil yang terlibat di dalamnya diberi tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dikoordinasi untuk mencapai tujuan organisasi. Dimana tujuan organisasi tersebut dirumuskan secara musyawarah, sebagai tujuan bersama yang diwujudkan secara bersama-sama. Pentingnya organisasi sebagai alat administrasi dan manajemen dalam industri atau dunia kerja lainnya terlihat apabila bergerak tidaknya suatu organisasi ke arah pencapaian tujuan sangat tergantung pada kemampuan manusia dalam menggerakkan organisasi itu ke arah tujuan yang telah ditentukan.

Dengan organisasi tercipta keterpaduan pikiran, konsepsi tindakan dan ketrampilan yang dimiliki oleh tiap-tiap personil yang terlibat didalamnya untuk

berhimpun menjadi satu kesatuan kekuatan yang terkoordinasi untuk mencapai tujuannya.

### 2.1.3 Pengertian Manajemen

Menurut Prajudi (dalam Syafiie, 2005:268), manajemen merupakan pengendalian dan pemanfaatan daripada semua faktor serta sumber daya yang menurut suatu perencanaan, diperlukan untuk mencapai atau menyelesaikan suatu prapta atau tujuan kerja tertentu.

Menurut Haiman (dalam Manullang, 2004:1) manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam menggerakkan organisasi, seorang pemimpin harus menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang baik, dimana menurut Terry dan Rue (2001:9) adalah sebagai berikut:

- a. *Planning* (perencanaan)
- b. *Organizing* (oraganisasi)
- c. *Staffing* (kepegawaian)
- d. *Motivating* (motivasi)
- e. *Controlling* (pengawasan)

Sedangkan menurut The Liang Gie (dalam Zulkilfli, 2005 : 28) fungsi manajemen adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan
- b. Pembuat Keputusan
- c. Pengarahan

d. Pengorganisasian

e. Penyempurnaan

Menurut Sukarno (2002 : 70) aktivitas manajemen dapat dipisahkan dalam aktivitas-aktivitas komponen yang meliputi:

- a. Perencanaan, adalah aktivitas-aktivitas pengumpulan data dan informasi beserta pemikiran untuk menentukan apa yang hendak dicapai, di mana semuanya itu harus dijalankan, bila mana waktunya, oleh siapa-siapa saja yang harus menjalankan.
- b. Pengorganisasian, adalah tindak lanjut untuk menyambut pelaksanaan rencana yang telah ditentukan untuk dilaksanakan.
- c. Pengkoordinasian, adalah meliputi hubungan kerja sama secara teratur dan lancar dan berbagai macam aktivitas yang harus dilaksanakan.
- d. Pengendalian, adalah mengarahkan agar seluruh aktivitas ataupun usaha tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan.
- e. Pengawasan, adalah suatu usaha agar semua dan keputusan yang telah dibuat dapat dikerjakan sesuai dengan apa yang direncanakan, diputuskan, dan dikomandokan. .

#### **2.1.4. Pengertian kualitas**

Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen.

(Abubakar & Siregar, 2010 : 2)

Tjiptono dan Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas merupakan: “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”



Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Garvin (1984) yang dikutip oleh Tjiptono (2012:143), setidaknya ada lima perspektif kualitas yang berkembang saat ini:

1. *Transcendental Approach*

Dalam perspektif ini, kualitas dipandang sebagai innate excellence, yaitu sesuatu yang secara intuitif dapat dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, sebagai contoh kecantikan atau cinta. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dan exposure berulang kali (repeated exposure)

2. *Product-Based Approach*

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat

diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan.

### 3. *User-Based Approach*

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (eyes of the beholder), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (maximum satisfaction) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan demandoriented ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan.

### 4. *Manufacturing-Based Approach*

Perspektif ini bersifat supply-based dan lebih berfokus pada praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (conformance to requirements). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat operation-driven.

### 5. *Value-Based Approach*

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (value) dan harga (price). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai affordable excellence, yakni tingkat

kinerja ‘terbaik’ atau sepadan dengan harga yang dibayarkan. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal, namun dari ke lima definisi kualitas di atas terdapat beberapa persamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- a. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang) (Nasution, 2001: 15).

The Dictionary of the Royal Institute of Thailand 2011 diartikan sebagai kualitas yang mengacu pada karakteristik luar biasa dari seseorang atau benda (Dictionary 2011:263), Banjong Chantamas mengatakan kualitas berarti setiap ciri dari suatu produk / layanan yang memuaskan dan memuaskan konsumen. Yang sejalan dengan Pipat Kongkitkul (2003:20) yang sudah didefinisikan Kualitas berarti apa pun yang disukai pelanggan dan selalu dibicarakan ketika mereka menggunakan produk atau layanan kita Siriwan Serirat dan tim mengusulkan itu

Kualitas adalah bentuk dan sifat produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditetapkan.

Dari definisi kualitas adalah fokus yang dibutuhkan pelanggan. Kebutuhan dan harapan, dan vendor memberikan produk dan layanan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Phatchanee Bunmuenjai (2005: 47) memberikan arti yang searah dengan itu Kualitas adalah atribut produk. Atau layanan yang memenuhi standar atau Untuk memuaskan pelanggan pada saat pembelian atau penggunaan produk. Dan ada biaya operasional. Dan pengoperasian yang benar.

Phairat Makkanchanakul memberikan arti itu Kondisi produk secara keseluruhan seperti Rasa, Kekuatan, Daya Tahan, Keamanan.

Prawet Maharatasakul (2000:38) memberikan arti bahwa Kualitas artinya Besar kecilnya kebaikan segala sesuatu yang memuaskan orang, kelompok, atau masyarakat jika itu sebuah produk. Fitur produk harus memuaskan pelanggan. Atau jika itu adalah layanan Harus menyenangkan penerima.

Dari definisi kualitas menurut konsep banyak ulama Anda telah memberikan berbagai arti tentang kualitas. Yang memiliki kanal dan berbeda Namun, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas mengacu pada karakteristik atau kualitas yang baik dari seseorang, produk, barang atau layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang buruk. Ini menciptakan kepuasan dan memenuhi atau melampaui harapan yang diterima pelanggan dari penggunaan produk atau layanan.



### 2.1.5. Manfaat Kualitas

Menurut Edvarsdsson dalam buku Tjiptono dan Chandra (2011:171-173), produktivitas biasanya selalu dikaitkan dengan kualitas dan profitabilitas. Meskipun demikian ketiga konsep tersebut memiliki penekanan yang berbeda-beda:

- a. Produktivitas menekankan pemanfaatan (utilisasi) sumber daya, yang seringkali diikuti dengan penekanan biaya dan rasionalisasi modal. Fokus utamanya terletak pada produksi/operasi.
- b. Kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah customer utility.
- c. Profitabilitas merupakan hasil dari hubungan antara penghasil (uncome), biaya, dan modal yang digunakan.

Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat customer – driven yang akan memberikan keunggulan harga dan customer value. Customer value merupakan kombinasi dari manfaat dan pengorbanan yang terjadi apabila pelanggan menggunakan suatu barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan tertentu. Jika kualitas yang dihasilkan superior dan pangsa pasar yang dimiliki besar, maka profitabilitasnya terjamin. Manfaat superior meliputi:

- a. Loyalitas pelanggan yang besar
- b. Pangsa pasar lebih besar
- c. Harga saham yang lebih tinggi
- d. Harga jual produk / jasa lebih tinggi

- e. Produk vitas yang lebih besar

### 2.1.5. Pengertian Pelayanan

Kata pelayanan secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan menjadi sangat berarti dan perlu disadari oleh seorang manager oleh karena itu dalam usaha bisnis dikenal suatu ungkapan yaitu pembeli adalah raja.

Ikatan Bankir Indonesia “IBI” (2014:75) bahwa : Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi;
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial;
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Kotler dan Keller dalam Sudarso (2016:55) mengemukakan: “Service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership in anything”. “Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu.

Dalam kenyataan ternyata tidak mudah untuk membedakan suatu produk sebagai barang atau jasa secara tepat, karena adanya saling melengkapi diantara keduanya.

Weerapong Chalermchirarat (2010) mengatakan bahwa layanan berarti hal-hal yang tidak berwujud. Tidak berwujud dan tidak sempurna Adalah sesuatu yang memudar dengan cepat Layanan muncul dalam praktik Penyedia Layanan dengan memberikan Layanan kepada Klien atau Pelanggan untuk digunakan segera atau dalam periode Layanan yang hampir seketika.

Adul Chatrongkakul (2007) mengatakan bahwa pelayanan mengacu pada reaksi atau tindakan yang ditawarkan satu pihak kepada satu pihak. Itu tidak berwujud dan tidak menciptakan kepemilikan kepada siapa pun.

Chaisompon Chaoprasert (2009) mengatakan bahwa jasa mengacu pada proses penyampaian bisnis barang tidak berwujud kepada penerima jasa. Produk tidak berwujud harus dapat memenuhi kebutuhan penerima layanan hingga mengarah pada kepuasan.

Weerarat Kitlertpairot (2007) telah menyatakan bahwa layanan adalah praktik yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya. Di mana yang diusulkan adalah tindakan Atau operasi Yang tidak dapat diambil alih oleh penerima layanan.

Kesimpulan yang dikemukakan dari pengertian para ahli diatas yaitu bahwa pelayanan adalah sebuah tindakan yang tidak berwujud dari seseorang untuk memenuhi harapan orang lain yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang pada dasarnya tidak menimbulkan kepemilikan, apabila pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka produk/jasa

yang ditawarkan akan dibeli. Sedangkan bila terjadi pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat dipastikan produk/jasa tersebut kurang diminati konsumen.

#### **2.1.6. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam Mahanani dan Kamal (2010), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan masyarakat. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat (Kotler, 1994). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Kualitas pelayanan kesehatan merupakan suatu fenomena unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan kesehatan. Untuk mengatasi perbedaan dipakai suatu pedoman yaitu hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan kesehatan. Mutu pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pasien.



Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan masyarakat, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi masyarakat. Masyarakatlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan masyarakatnya secara konsisten.

#### **2.1.7. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Garvin dalam Tjiptono (2008) bahwa “perspektif kualitas bisa diklasifikasikan dalam lima kelompok”, yaitu:

- a. *Transcendental approach*, di mana dalam rancangan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalkan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali.

- b. *Product-based approach*, di mana rancangan ini mengasumsikan kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.
- c. *User-based approach*, di mana rancangan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.
- d. *Manufacturing-based approach*, di mana perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*).
- e. *Value-based approach*, di mana rancangan ini memandang kualitas dari aspek nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk pada kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi, yang paling bernilai barang/jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan masyarakat. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para masyarakat untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik masyarakat.

Lima dimensi yang menentukan kualitas pelayanan perusahaan jasa, ditinjau dari sudut konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani 2006)

- a. Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, (misal: gedung, gudang dan lain lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, dan sikap yang simpatik.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*) suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- d. Jaminan dan kepastian (*Assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, keamanan, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun.

- e. Empati (*Emphaty*) dengan memerikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen untuk memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Karakteristik kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai variabel independen didasarkan oleh *research gap* dan fenomena bisnis yang mendorong sehingga dilakukannya penelitian. *Research gap* berisi tentang hasil-hasil penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, sedangkan fenomena bisnis berisi tentang permasalahan-permasalahan yang ada pada obyek penelitian, sehingga ini menjadi alasan untuk menerapkan variabel kualitas pelayanan yang akan diteliti.

#### **2.1.8. Kepuasan Pengguna**

Menurut Kotler dalam Mahanani dan Kamal (2010) kepuasan masyarakat adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi paska beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.



Kajian lain yang dilakukan oleh (Kui-son Choi, Hanjoon Lee, Chankon Kim, dan Sunhee Lee 2005:143) merupakan komparasi dari beberapa dimensi diatas. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman umum tentang kualitas pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan masyarakat dimana penelitian menambahkan pengetahuan tentang bagaimana ciri-ciri pasien yang berbeda dan pengalaman yang dapat dikaitkan dengan pendekatan yang berbeda untuk mengevaluasi dimensi kualitas pelayanan.

Menurut Freddy Rangkuti (2002) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai Respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (non kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah melakukan pembelian atau pemakaian.

Kepuasan pengguna yang dimaksud adalah harapan masyarakat akan hasil kinerja yang diberikan rumah sakit konawe selatan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan sehingga terciptanya keputusan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna sehingga dapat memberikan kepercayaan.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa.

Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor –faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaa

### 2.1.9. Mengukur Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan masyarakat. Fandy Tjiptono, (2010:210) diantaranya :

#### a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat Konsumen (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para Konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

#### b. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan masyarakat adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

#### c. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para Konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan Konsumennya.

d. Survei kepuasan masyarakat

Umumnya penelitian mengenai kepuasan masyarakat dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari masyarakat dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para masyarakatnya.

#### 2.1.10. Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan

Membedakan tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyediaan jasa dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan. Fandy Tjiptono (2011:204), yaitu :

a. *Demanding customer satisfaction*

Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari konsumen, yakni optimisme dan kepercayaan.

b. *Stable customer satisfaction*

Konsumen dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadiness dan trust dalam relasi yang terbina saat ini. Konsumen menginginkan segala sesuatunya tetap sama.

c. *Resigned customer satisfaction*

Konsumen dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.

d. *Stable customer dissatisfaction*

Konsumen dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa.

e. *Demanding dissatisfaction*

Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi.

#### **2.1.11. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna**

Kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan prasyarat dari kepercayaan masyarakat. Kepuasan adalah fondasi dari kepercayaan masyarakat dengan kualitas jasa sebagai kunci didalamnya. Masyarakat yang puas tidaklah cukup, harus terdapat masyarakat yang sangat puas. Hal ini dikarenakan kepuasan dapat mengarah kepada kepercayaan masyarakat. Masyarakat yang sangat puas maupun merasa senang akan lebih mungkin percaya kepada satu perusahaan, melakukan pembelian ulang kepada satu perusahaan, dan menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).



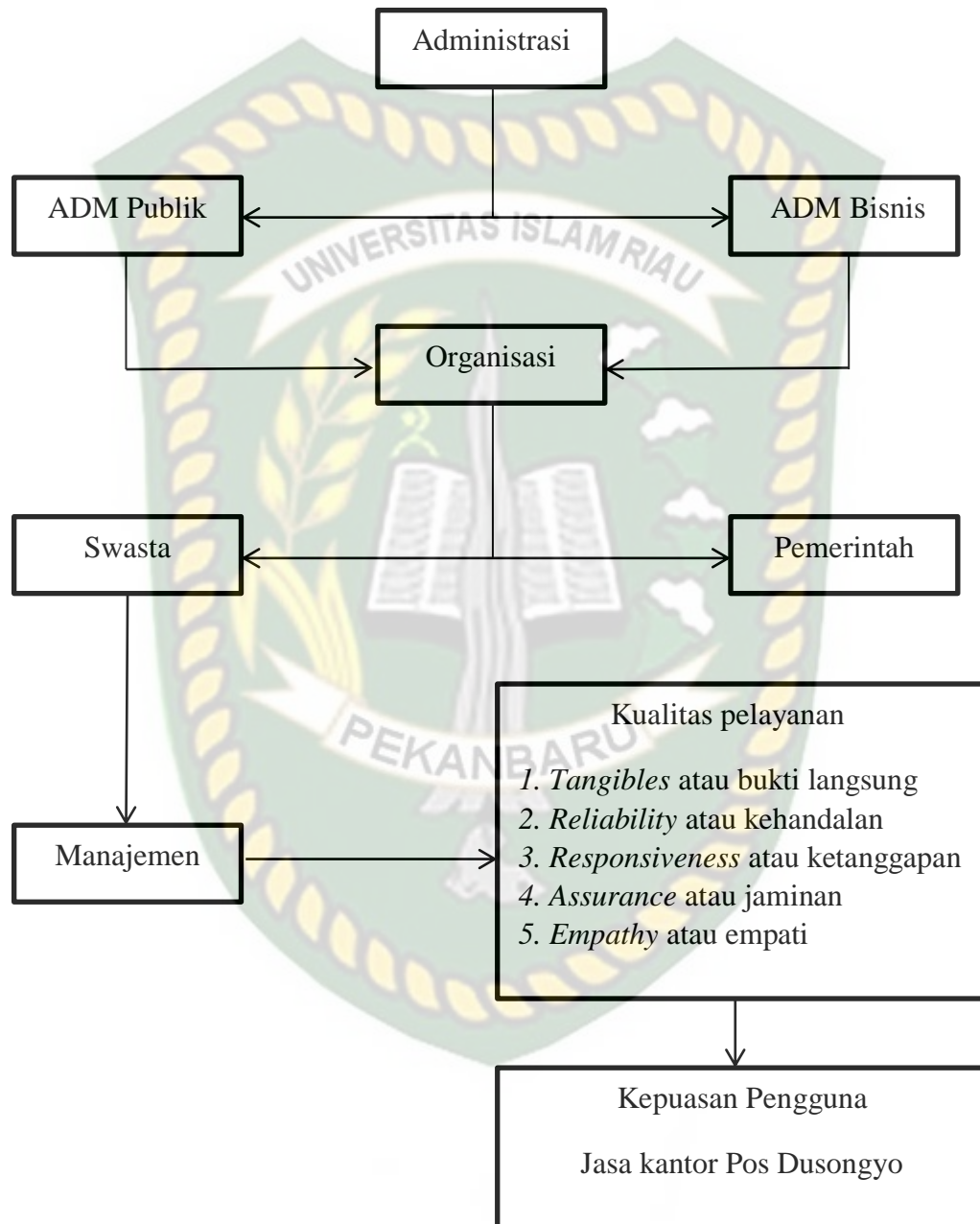
Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan, karena kualitas pelayanan yang baik dapat membentuk kepuasan dan loyalitas masyarakat. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat

diperkuat dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2011:198) yang menyatakan bahwa jika kualitas lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka masyarakat tersebut tidak puas atau kecewa. Rambat Lupiyoadi (2013) menyatakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dari suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen dan kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi konsumen tentang mutu suatu usaha dan menjadi alat ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan perusahaan, apakah sesuai dengan *ekspektasi* dari masyarakat.

## 2.2 Kerangka pemikiran

Kualitas layanan ini terdiri atas lima dimensi yaitu Bukti fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy). Tangibles ini meliputi fasilitas fisik, teknologi, serta penampilan pegawainya. Reliability meliputi kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi. Responsiveness meliputi kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada masyarakat. Berdasarkan kerangka pikir di atas, dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 : Kerangka pemikiran pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**



## 2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar dan mungkin juga salah, sehingga dapat dianggap atau dipandang sebagai konklusi atau kesimpulan yang sifatnya sementara, sedangkan penolakan atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergantung dari hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan, kemudian diambil sebagai suatu kesimpulan. Sehubungan dengan uraian diatas maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Diduga terhadap pengaruh Reliability berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- H2 : Diduga terhadap pengaruh Assurance berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- H3 : Diduga terhadap pengaruh Tangible berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- H4 : Diduga terhadap pengaruh Responsiveness berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- H5 : Diduga terhadap pengaruh Emphaty berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- H0 : Diduga tidak terdapat pengaruh Reliability, Assurance, Tangible, Responsiveness dan Emphaty terhadap kepuasan pengguna kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.

## 2.4 Hasil Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 : Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut :**

No.	Penelitian / Tahun	Judul Peneliti	Hasil
1	2	3	4
1.	Berry, L; Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. (1994)	Meningkatkan kualitas layanan di Amerika: Pelajaran yang dipetik	Keandalan adalah inti dari layanan berkualitas. Hal lain yang penting bagi pelanggan saat layanan tidak dapat diandalkan. Ketika suatu perusahaan sering melakukan kesalahan dalam pengiriman, ketika itu tidak menepati janjinya, pelanggan kehilangan kepercayaan pada kemampuan perusahaan untuk melakukan apa yang dijanjkannya dengan andal dan akurat. Mengukur kualitas layanan internal; mengidentifikasi hambatan yang dirasakan karyawan terhadap peningkatan layanan; melacak moral dan sikap karyawan.
2.	Bienstock, Carol C.; Demoranville, Carol W.; Smith, Rachel K. (2003)	perilaku kewarganegaraan organisasi dan kualitas layanan	Layanan, tidak seperti produk nyata, diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, membuat karyawan layanan garis depan pada dasarnya adalah produsen layanan. Aspek layanan ini menjadikan fokus yang tajam peran vital yang dimainkan oleh karyawan layanan dalam memberikan layanan berkualitas tinggi. Namun, meskipun sejumlah besar penelitian



1	2	3	4
			<p>kualitas layanan telah berfokus pada persepsi kualitas layanan pelanggan. Dua dari lima dimensi mengkaji soal kualitas layanan adalah (empati dan responsif) menggambarkan perilaku karyawan yang cukup sulit untuk ditentukan secara terperinci. Misalnya, deskripsi pekerjaan tentang bagaimana menjadi empati dapat mencakup mendengarkan pelanggan.</p>
3.	<p>Brady, Michael K.; Robertson, Christopher J.; Cronin, J. Joseph (2001)</p>	<p>mengelola niat perilaku dalam lingkungan budaya yang beragam menyelidiki nilai layanan kualitas layanan, dan kepuasan bagi pelanggan makanan cepat saji Amerika dan Ekuador</p>	<p>Dalam tulisan ini dijelaskan mengenai survei tentang sikap karyawan terhadap layanan, harga, dan komunikasi dari kualitas layanan yang diberikan. Survei selanjutnya menyangkut persepsi karyawan tentang kualitas layanan internal.</p>
4.	<p>Bshary, Redouan; Schäffer, Daniel (2002)</p>	<p>Ikan karang pilih-pilih ikan pembersih yang memberikan kualitas tinggi Layanan</p>	<p>Daya tarik keseluruhan stasiun pembersihan tampaknya sebagian besar tidak tergantung pada kualitas layanan, yang tampaknya sama di semua stasiun. Ini adalah bukti empiris pertama bahwa opsi untuk berganti pasangan digunakan sebagai mekanisme kontrol untuk menstabilkan perilaku kooperatif.</p>
5.	<p>De Ruyter, Ko; Wetzels, Martin; Bloemer, Josée (1998)</p>	<p>Tentang hubungan antara persepsi kualitas layanan, kesetiaan dan pengalihan</p>	<p>Dampak persepsi kualitas terhadap loyalitas preferensi sangat kuat. Persepsi kualitas layanan berdampak pada preferensi pelanggan dan</p>

1	2	3	4
		<p>layanan Biaya</p>	<p>kemauan untuk merekomendasikan layanan kepada konsumen lain Ini mengarah ke disposisi yang lebih menguntungkan terhadap penyedia layanan dan komitmen untuk repatronage meningkat. Juga, dampak persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas ketidakpedulian harga cukup tinggi. Dalam hal tingkat kualitas layanan yang dirasakan lebih</p>
			<p>tinggi, konsumen kurang sensitif terhadap kenaikan harga dalam layanan dan pelanggan bersedia membayar untuk layanan berkualitas dan akan membuat perbandingan eksplisit antara apa yang mereka berikan dan apa yang mereka dapatkan. Tampaknya tidak ada hubungan antara persepsi kualitas layanan dan tanggapan ketidakpuasan. Kami menduga bahwa keluhan pelanggan</p>
6.	Edvardsson, Bo (2005)	Kualitas layanan: melampaui penilaian kognitif	<p>pada dimensi kritis TQM. Beberapa peneliti telah keluar dengan dimensi yang berbeda seperti komitmen dan kepemimpinan manajemen puncak, kebijakan kualitas, pelatihan, desain produk / layanan, penggunaan kontrol proses statistik, pemberdayaan karyawan, keterlibatan karyawan, budaya kualitas perusahaan, manajemen kualitas strategis, dan sebagainya, sama pentingnya untuk TQM dalam organisasi</p>

1	2	3	4
7.	Fick, Gavin R; Ritchie, J R Brent (1991)	Mengukur Kualitas Layanan di Industri Perjalanan dan Pariwisata	Memberikan layanan berkualitas tinggi semakin diakui sebagai faktor penting dalam keberhasilan perusahaan dalam perjalanan dan meningkatkan layanan berkualitas tinggi semakin diakui sebagai faktor penting dalam keberhasilan perusahaan dalam perjalanan
8.	Gupta, Atul; Mc Daniel , Jason C.; Herath, S. Kanthi (2005)	Manajemen mutu dalam pelayanan perusahaan: mempertahankan struktur layanan kualitas total	peningkatan kualitas proses kerja perusahaan, baik manufaktur dan layanan, akan menghasilkan lebih sedikit pengerjaan ulang dan lebih sedikit pemborosan tenaga kerja, sumber daya material dan jumlah kesalahan akan berkurang. Deming menekankan pentingnya perbaikan yang konstan dan selamanya dari sistem produksi dan layanan
9.	Knutson, Bonnie; Stevens, Pete; Wullaert, Colleen; Patton, Mark; Yokoyama, Fumlto (1990)	LODGSERV: Indeks kualitas layanan untuk industry lodging	onstruk kualitas layanan. Memiliki dan menggunakan langkah-langkah layanan kualitas yang valid akan memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi dan memberi penghargaan kepada karyawan, properti, distrik atau wilayah yang memenuhi atau melampaui standar harapan pelanggan.
10.	Pariseau, Susan E.; Mcdaniel, J. R. (1997)	Menilai kualitas layanan di sekolah bisnis	Skeptisisme dan kelembaman oleh unit-unit akademik inti di dalam perguruan tinggi dan universitas didorong oleh laporan baru-baru ini bahwa TQM telah gagal menghasilkan hasil yang

1	2	3	4
			dijanjikan dalam industri juga mengembangkan dan memvalidasi instrumen untuk mengukur kualitas layanan menggunakan definisi ini. Secara umum, kualitas adalah pengukuran objektif dalam manufaktur dan subjektif di sektor jasa.
11.	Sureshchandar, G. S.; Rajendran, Chandrasekharan; Anantharaman, R. N. (2002)	Hubungan antara persepsi manajemen tentang kualitas total layanan dan persepsi pelanggan tentang kualitas layanan	Dalam organisasi layanan, kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dianggap sebagai salah satu penentu utama kinerja bisnis. Studi saat ini berusaha untuk menguji pengaruh dimensi kualitas layanan total (TQS) pada kualitas layanan yang dirasakan pelanggan. Analisis regresi berganda telah digunakan untuk menyelidiki hubungan antara dimensi TQS yang berbeda dan berbagai faktor kualitas layanan. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi TQS, secara keseluruhan, memang merupakan prediktor kualitas layanan yang baik.
12.	Churiporn Pinitchob (2017)	Faktor yang mempengaruhi kepuasan layanan. Operator pengiriman grup e-commerce di wilayah tersebut Bangkok	Hasil analisis data kepuasan pelanggan terhadap layanan Thailand Post Co., Ltd. menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap layanan Thailand Post Company berada pada tingkat yang tinggi. Ketika dipertimbangkan secara individual, ditemukan bahwa Responden merasa puas pada



1	2	3	4
			tingkat yang tinggi, yaitu tanggapan. peduli Kepercayaan Aspek konkret dari layanan Dan kepercayaan pada kualitas layanan masing-masing
13.	Tsang, Nelson Kee Fu; Ap, John (2007)	Persepsi Wisatawan tentang Atribut Layanan Kualitas Relasional: Studi Lintas Budaya	hubungan antara pelanggan eksternal dan / atau lingkungan dan operasi internal organisasi. Mereka juga melayani fungsi kritis dalam memahami, memfilter, dan menafsirkan informasi dan sumber daya ke dan dari organisasi dan konstituensi eksternalnya. Oleh karena itu, keberhasilan dan kegagalan dalam pemberian layanan dari sebuah perusahaan jasa sangat tergantung pada sikap dan perilaku karyawan kontak. Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa respons sikap dan perilaku karyawan customercontact telah terbukti secara positif dan / atau negatif mempengaruhi persepsi kualitas pelanggan.
14.	Putri Oktaviani; Sasi Utami, Budi Susanto 2018	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan pos EXPRESS PT. Pos INDONESIA kantor pos sendiri kota	Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu faktor yang penting untuk dipengaruhi beberapa hal yaitu kualitasnya pelayanan. Tujuan untuk melihat berpengaruh parsial kualitas Pelayanannya terhadap Kepuasan Konsumen, mengetahuinya pengaruhnya simultan Berkualitasnya Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Pos Indonesia

1	2	3	4
			(Persero) Kantor Pos Kediri Kota di Jl. Mayjen Sungkono, No.32, Pocanan Kediri Jawa Timur.
15.	Priya Nat Ippsirimee , Chaturawit Sasitaranon (2018)	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Menggunakan Layanan Pos Thailand Cabang Universitas Rangsit	Hasil analisis data kepuasan pelanggan terhadap layanan Thailand Post Co., Ltd. menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap layanan Thailand Post Company berada pada tingkat yang tinggi. Ketika dipertimbangkan secara individual, ditemukan bahwa Responden merasa puas pada tingkat yang tinggi, yaitu tanggapan. peduli Kepercayaan Aspek konkret dari layanan Dan kepercayaan pada kualitas layanan masing-masing

*Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020*

## 2.5 Konsep Operasional

**2.5.1.** Kualitas pelayanan (X) : tingkat keunggulan pelayanan yang di berikan pihak Pos Dusungyo Selatan Thailand yang sesuai dengan harapan atau kepuasan pengguna

- a. Bukti fisik (Tangible) yaitu kemampuan Pos Dusungyo Selatan Thailand dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.
- b. Keandalan (reliability) yaitu kemampuan dari Pos Dusungyo Selatan Thailand untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Daya tanggap (Responsiveness) adalah kemampuan Pos Dusungyo Selatan Thailand untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan yang

cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

- d. Jaminan (Assurance) yakni pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan Pos Dusungyo Selatan Thailand untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan.
- e. Perhatian (empathy), yaitu Pos Dusungyo Selatan Thailand diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.5.2 Kepuasan pengguna (Y) Kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya.

## 2.6 Operasional Variabel

**Tabel 2.2 : Operasional Variabel Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala pengukurang
1	2	3	4	5
menurut Sugiyono (2016:39) “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”	Kualitas pelayanan (Variabel X)	A. Bukti fisik (Tangible) X1	1. Kantor pos terletak di lokasi jalan Utama.  2. Kenyamanan tempat parker.	Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS),

1	2	3	4	5
		B. Keandalan (Reliability) X2	3. Lokasi layanan bersih dan rapi.  4. Ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan.  5. Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut.  6. Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area pelayanan  7. Karyawan memberikan informasi yang benar yang ingin Anda ketahui.  8. Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya. Bantu mereka juga.  9. Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan	Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)



1	2	3	4	5
			apapun	
			10. Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur.	
		C. Daya tanggap (Responsiveness) X3	11. Anda bisa mendapatkan layanan dengan mudah. Tidak repot.	Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)
			12. Karyawan siap melayani.	
			13. Karyawan bersedia membantu mereka dalam pelayanan.	
			14. Perusahaan telah memperbarui kemajuan layanan.	
		D. Jaminan (Assurance) X4	15. Kantor pos memiliki sistem layanan yang sesuai, benar, dapat diandalkan	Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)

1	2	3	4	5
		E. Perhatian (empathy) X5	<p>16. Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan.</p> <p>17. Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor.</p> <p>18. keramahan, baik hati, sopan, berseri-seri</p> <p>19. Karyawan menjadikan kepentingan pengguna sebagai prioritas.</p> <p>20. Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati</p> <p>21. Karyawan memahami kebutuhan pengguna.</p>	Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala pengukurang
1	2	3	4	5
variabel dependen (terikat) menurut Sugiyono (2016:39) “Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”	Kepuasan pengguna (Variabel Y)	A. Kepuasan pengguna	1. Ingin kembali 2. Tidak ingin kembali	

*Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020*

## 2.7 Teknik Pengukuran

Pengukuran terhadap setiap indicator variable penelitian ini menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2003 :107) digunakan untuk mengukur sikap pendapat persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social. Untuk kategori ukuran untuk menilai pelaksanaan variable beserta indikatornya dibedakan dalam lima kategori yaitu sangat Memuaskan, Memuaskan, Cukup Memuaskan, Kurang Memuaskan dan tidak Memuaskan. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan perindikator Variabel, masing-masing altenatife jawabannya terdiri dari lima kategori dengan nilai skor sebagai berikut ;

**Tabel 2.3 : Skala pengukuran Likret**

No.	Options	Bobot
1.	Sangat Stuju	3
2.	Cukup Stuju	2
3.	Tidak Stuju	1

Pengukuran variabel adalah sebagai berikut ;

Sangat Stuju ;                      Apabila nilai indikator kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berada pada nilai > 67-100%

Cukup Stuju ; Apabila nilai indikator kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berada pada nilai 34-66%

Tidak Stuju ; Apabila nilai indikator kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berada pada nilai  $< 1-33\%$



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Untuk memperoleh data-data yang benar dan lengkap, maka metode-metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan serta membahas hasil penelitian ini adalah :

#### 3.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang apa yang terdapat pada saat penelitian yang berdasarkan pada pengamatan penulis dilapangan dengan cara mengumpulkan data, mengklarifikasikan dan menganalisa sehingga diperoleh rumusan analisa terhadap permasalahan yang dihadapi. Kemudian dengan metode penelitian kuantitatif, metode ini berusaha memberikan suatu gambaran mengenai keadaan dilapangan sehingga metode ini bertujuan mengakumulasi data belaka sehingga diperoleh kesimpulan dari penelitian.

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos Dusongyo No.308 M.1 Jalan Dusongyo – Katok T. Dusongyo A. Chaknek J. Narathiwat 96220 Call Center 073589058. Hal ini perlunya kualitas Kantor Pos Dusongyo Dalam memberikan pelayanan terhadap pengguna karena pelayanan Kantor pos belum puas terhadap pengguna sehingga pengguna mengukar pelayanan Pos lainnya.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Dalam suatu penelitian sumber data tertentu mampu memberikan informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Populasi bukanlah hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi adalah jumlah keseluruhan dari obyek yang karakteristiknya hendak diduga. (Sugiyono dalam Rizky dan Fathoni, 2016).

Penelitian ini memilih populasi semua Pengguna yang pernah menggunakan jasa Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand. Jenis populasi yang akan diteliti adalah infinite population, karena peneliti tidak mengetahui angka pasti masyarakat di Dusungyo yang pernah menggunakan jasa Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto (2006: 131), Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel.

sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna kantor pos dusungyo jumlah 50 orang dari jumlah orang semua 39,071 orang kemudian peneliti mengambil sampel 50 orang dengan 3 jenis layanan bisa dilihat dalam table berikut:

**Tabel 3.1 : Jumlah sampel yang diteliti**

No.	Jenis layanan	populasi	Jumlah sampel ( Orang )
1.	Ongkos kirim biasa	$\alpha$	30
2.	Paket	$\alpha$	10
3.	Layanan khusus	$\alpha$	10
<b>Jumlah</b>		$\alpha$	50

*Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020*

### 3.4 Teknik Penarikan Data

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, untuk pimpinan dan karyawan Kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel karena ada pertimbangan atau alasan tertentu, sedangkan untuk pengguna kantor pos menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya yaitu sedang bertransaksi di kantor pos.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

#### 3.5.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu Bukti fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya tanggap

(Responsiveness), Jaminan (Assurance), Perhatian (empathy) sebagai variabel bebas (independent) dan Kepuasan pengguna sebagai variabel terikat (dependent).

### 3.5.2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono,2009:137).

Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun teknik pengambilan data dalam penelitian ini meliputi:



### 1. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Dengan observasi penulis dapat mengetahui langsung kejadian sesungguhnya di lapangan.

### 2. Kuesioner

Yaitu dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan berikut dengan alternatif jawaban yang disebarakan kepada pengguna yang dijadikan sampel, setelah diisi/dijawab kuisisioner tersebut dikembalikan kepada peneliti sehingga dapat penulis ketahui apa yang terjadi dalam kualitas pelayanan pada kantor ppos dusungyo Thailand

### 3. Dokumentasi

Yaitu adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang di teliti terkait hasil kegiatan selama penelitian

## 3.7 Teknik Analisis Data

### 3.7.1 Teknik analisis data

Menurut Nazir (1999 : 149) “Analisis data adalah mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi, serta menyingkirkan data sehingga mudah untuk dibaca”. Dalam menganalisis data, data hasil dokumentasi dihubungkan dan dilengkapi dengan data hasil wawancara maupun kuesioner.

Berdasarkan pengertian diatas penulis melakukan penyusunan data dengan menggolongkan data lalu menganalisis data dan membandingkan data lain yang relevan secara deskriptif dengan pendekatan induktif. Hal tersebut untuk memperoleh data-data yang diperlukan yang bersifat empirik sehingga nantinya dapat mempertajam analisis penulis yang berpedoman pada hasil wawancara secara langsung yang dipadukan dengan teori yang relevan dengan objek penelitian. Analisis data yang digunakan adalah melalui pendekatan kuantitatif, yaitu menjawab dan memecahkan masalah-masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang diteliti agar di peroleh gambaran yang jelas.

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Pengujian validitas setiap instrumen pertanyaan yang digunakan dalam analisis item dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Pengujian reabilitas adalah pengujian yang berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrument).

### **2. Analisis Deskriptif**

Metode deskriptif, yaitu mengolah data, menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap kepuasan Pengguna Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand kemudian membandingkan antara teori yang ada dengan kenyataan yang ditemui di lapangan pada saat melakukan penelitian.

### 3. Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif, yaitu metode penganalisaan yang dilakukan dengan mentabulasikan data yang ada kedalam bentuk angka-angka.

- a. Menentukan regresi linier berganda Dengan mempergunakan analisis regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Dimana :

- X1 = Tangible (Bukti langsung)  
 X2 = Realibility (Kehandalan)  
 X3 = Responsiveness (Daya tanggap)  
 X4 = Assurance (Jaminan)  
 X5 = Emphaty (Perhatian)  
 a = Konstanta  
 b = Konstanta koefisien regresi  
 e = Epsilon

- b. Menentukan koefisien korelasi (r). Untuk melihat kuat lemahnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.
- c. Menentukan koefisien determinasi (R<sup>2</sup> ) Koefisien determinasi (R<sup>2</sup> ) merupakan angka yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel tak bebas (Y) dapat dipengaruhi variabel bebas (X).
- d. Melakukan uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah)

terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah). Uji t akan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, jika t hitung > t tabel maka H1 diterima dan Ho ditolak, tapi jika t hitung < t tabel maka H1 ditolak dan Ho diterima.

### 3.8 Jadwa Kegiatan Penelitian

**Tabel 3.2 : Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian 2020						
		Jun	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Tahap Persiapan							
	a. Pengajuan Judul Tesis							
	b. Pengajuan Proposal							
	c. Pengujian Proposal							
2.	Tahap Pelaksanaan							
	a. Pengumpul Data							
	b. Analisis Data							
3.	Tahap Penyusung Laporan							



## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### 4.1 Sejarah Ringkas

##### 4.1.1 Sejarah Ringkas Thailand Pos Dusungyo

Thailand Post Company Limited adalah perusahaan negara di bawah Kementerian Ekonomi Digital dan Perkumpulan tersebut didirikan pada 14 Agustus 2003 dan diubah dari badan tersebut. Ongkos kirim Otoritas Komunikasi Thailand (CAT).

Awalnya, bisnis pos Thailand didirikan pada tahun 1883 pada masa pemerintahan Raja Chulalongkorn, dimulai dengan badan pemerintah di bawah Kantor Pos. (Kemudian berubah menjadi Departemen Pos dan Telegraf) hingga awal tahun 1977 berubah status menjadi Badan Usaha Milik Negara atas nama Otoritas Komunikasi Thailand. Untuk membuat pengoperasian lebih efisien dan efisien Cocok untuk kondisi ekonomi dan sosial yang berubah pada tahun 2003 nanti dari perubahan trend dunia yang tanpa batas. (Globalisasi) lebih, terutama dalam perdagangan bebas jasa. Akibatnya, usaha pos harus diubah lagi menjadi perseroan terbatas sebagaimana tersebut di atas. Meningkatkan potensi operasional usaha dan daya saing agar mampu memperoleh pendapatan swadaya Sambil tetap mengemban beban pelayanan sosial untuk kemaslahatan rakyat dan negara.

Bisnis pos telah mengembangkan kemakmuran di berbagai bidang masing-masing. Dari tahap awal itulah pembangunan infrastruktur untuk memperkuat dan mendukung pemekaran. Ini kemudian dikembangkan untuk meningkatkan

efisiensi operasional dengan mengadopsi mesin dan peralatan modern yang digunakan dalam penyortiran, penerusan, pengiriman pos. Pengenalan sistem loket pos otomatis untuk menerima setoran di kantor pos di seluruh negeri Serta membuka lebih banyak layanan yang berorientasi bisnis.

Setelah konversi ke Thailand Post Company Limited, manajemen dan operasi diubah menjadi lebih berorientasi bisnis. Ada rencana bisnis perangko yang sistematis. Pasar layanan dibagi menjadi 4 grup: grup layanan surat, grup layanan transportasi dan logistik. Grup Ritel dan Keuangan Grup Layanan Internasional Selain itu, ada perkembangan model layanan yang konstan di berbagai bidang. Untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang berubah dengan cepat agar sesuai dengan gaya hidup dan bisnis saat ini.

Selain itu, telah memperkuat layanan dengan memperkenalkan sistem yang dapat dilacak dan diperiksa oleh penerima barang secara manual (sistem Lacak dan Lacak) dengan beberapa layanan. Abaikan penyediaan layanan sosial Dengan memelihara jaringan 5 ribu kantor pos dan titik layanan yang tersebar di seluruh wilayah, baik di wilayah dengan potensi bisnis dan pedesaan Dan memberikan layanan dasar dan lengkap dalam kedua komunikasi tersebut Pengiriman Dan keuangan dengan biaya layanan dengan harga yang terjangkau Memberikan kesempatan kepada orang-orang dari semua sektor untuk memanfaatkan layanan pos secara menyeluruh, serta didirikan untuk kepentingan masyarakat Thailand dan masyarakat Thailand.

Kantor Pos Dussong Ngo 96220, Lokasi 309 Desa No.1, Ban Dusongyo, Jalan Dusongyo-Katoh, Kecamatan Dusongyo, kabupaten Chanek, Provinsi

Narathiwat, Telp 073-589058, dibangun pada tanggal 11 September 1989.

Memiliki luas kurang lebih 1 rai 5square wa.

**Tabel 4.1 : waktu layanan dikantor Pos Dusungyo**

<b>Hari</b>	<b>Jam</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Senin-Jumat	08: 30-16: 30
Sabtu	09: 00-12: 00
Minggu	Tutup
Hari libur tradisional	Tutup
Liburan pergantian pemain	Tutup

**Sumber : Dari kantor pos Dusungyo, 2020**

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

##### **VISI :**

"Menjadi penyedia layanan perangko dan e-Commerce Logistik dengan standar internasional lengkap yang dipikirkan pertama kali oleh pengguna Thailand"

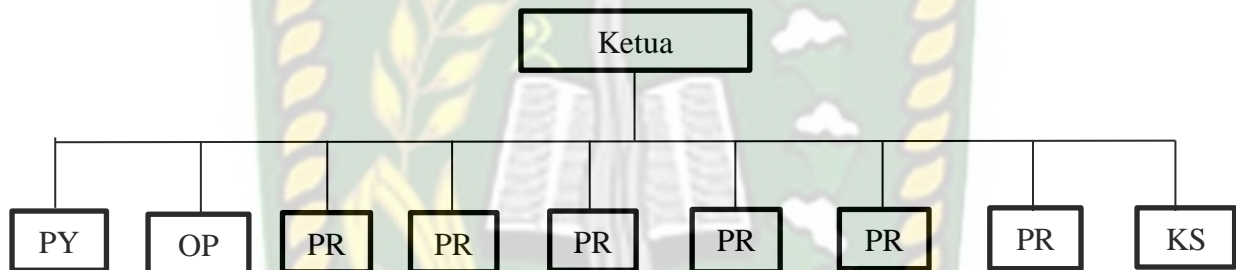
##### **MISI :**

1. Menyediakan pengiriman barang, berita, informasi dan transfer uang ke seluruh dunia yang dapat diakses pelanggan dengan mudah, berkualitas, berstandar internasional, harga terjangkau. Dan dapat diandalkan
2. Pengembangan Kantor Pos Thailand sebagai Pusat Sejati Layanan Pos dan Logistik untuk bisnis e-Commerce negara

3. Mengelola dan memanfaatkan informasi operasional untuk membangun basis pengetahuan dan inovasi untuk mendukung dan mendorong perkembangan bisnis pelanggan agar tumbuh bersama
4. Penggunaan sumber daya secara efisien untuk pertumbuhan berkelanjutan (ekonomi, sosial dan lingkungan).

#### 4.2 Struktur Organisasi

Gambar 4.1 : Struktur Karyawan di Thailand Pos Dusungyo



#### Keterangan

- PY : Penyimpanan  
 OP : Operasi pos  
 PR : Pengiriman  
 KS : Kebersihan



### 4.3 Sumber Daya Organisasi

Sejak berdirinya Thailand Pos Dusongyo sekitar 32 tahun. Adapun keadaan sumber daya manusia Thailand Pos Dusongyo sekarang 10 Orang.

**Tabel 4.2 : keadan Sumber Daya Manusia kenerja di Thailand Pos Dusongyo**

No.	NAMA	JABATAN
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1.	Kazim Taleh	Ketua
2.	Nisofia Asman	Penyimpanan
3.	Sitikhoriyoh Sriyati	Operasi Pos
4.	Tuanrosenah Hayisaleh	Pengiriman
5.	Sahalbudin Jekngok	Pengiriman
6.	Amran Domeng	Pengiriman
7.	Ma'royi Doni	Pengiriman
8.	Nurhafiza Lateh	Pengiriman
9.	Ma'rukman kayo	Pengiriman
10.	Ma'rosek Binya'kok	Kebersihan

**Sumber Data: Dari kantor pos Dusongyo 2020**

## BAB V

### ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

#### 5.1. Gambaran Subjek Penelitian

##### 5.1.1. Identifikasi Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah para pengguna kantor pos dusungyo selatan thailand. Adapun sampel diambil sebanyak 50 orang. Sebelum membahas tentang bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada kantor pos dusungyo selatan thailand, berikut ini diuraikan tentang karekteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan.

##### 5.1.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk melihat tentang jenis kelamin responden pada kantor pos dusungyo selatan Thailand dapat dilihat dalam Tabel 5.1 berikut ini.

**Tabel 5.1 : Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Lelaki	34	68
Perempuan	16	32
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

**Data : Olahan**

Dari tabel 5.1 dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden yang di guna oleh pengguna pada kantor pos dusungyo selatan thailand responden berjenis kelamin Lelaki sebanyak 34 orang atau 68% dari 50 orang responden dan

responden perempuan dengan jumlah 16 orang atau 32%. Dapat diambil kesimpulan bahwa perempuan lebih banyak yang memguna kantor pos dusungyo selatan Thailand.

### 5.1.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis usia

Untuk melihat lebih lanjut tingkat usia pengguna layanan di kantor pos dusungyo selatan Thailand sebagai - bagai tingkatan bisa lihat dalam table 5.2 berikut ini :

**Table 5.2. : Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis usia**

Jenis usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Dibawah 20	12	24
21-30	24	48
31-40	9	18
41-50	5	10
51-60	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Data: Olahan**

Dari tabel 5.2 dapat dilihat bahwa jenis usia responden yang di guna oleh pengguna pada kantor pos dusungyo selatan thailand responden berjenis usia dibawah 20 tahun sebanyak 12 orang atau 24 % dari responden 50 orang, responden yang diguna pelayanan usia dari 21-30 tahun sebanyak 24 orang atau 48% dari responden 50 orang, responden yang diguna pelayanan usia dari 31- 40 tahun sebanyak 9 orang atau 18% dari responden 50 orang, responden yang

diguna pelayanan usia dari 41- 50 tahun sebanyak 5 atau 10% dari responden 50 orang, kemudian responden yang diguna pelayanan usia dari 51- 60 tahun tidak ada.

Dapat diambil kesimpulan bahwa responden dari usia 21-30 tahun yang lebih tinggi dari pengguna yang tingkat usia lainnya.

### 5.1.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk melihat lebih lanjut tentang tingkat pendidikan responden pada pengguna layanan di kantor pos dusungyo selatan Thailand dapat dilihat dalam tabel 5.3 berikut ini.

**Tabel 5.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Jenis pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	2	4
SMP	6	12
SMA	11	22
Pengguruan Tinggi	25	50
Lain – lain	6	12
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Data : Olahan**

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa jenis tingkat pendidikan responden yang di guna oleh pengguna pada kantor pos dusungyo selatan thailand responden berjenis tingkat pendidikan SD sebanyak 2 orang atau 4% dari responden 50 orang, responden berjenis tingkat pendidikan SMP sebanyak 6 orang atau 12% dari responden 50 orang, responden berjenis tingkat pendidikan SMA sebanyak



11 orang atau 22% dari responden 50 orang, responden berjenis tingkat pendidikan Pengguruan Tinggi sebanyak 25 orang atau 50% dari responden 50 orang, responden berjenis tingkat pendidikan lain - lain sebanyak 6 orang atau 12% dari responden 50 orang.

Dapat diambil kesimpulan bahwa responden dari tingkat pendidikan perguruan tinggi yang lebih tinggi dari pengguna layanan yang tingkat pendidikan lainnya.

#### 5.1.4. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Untuk melihat lebih lanjut tentang jenis pekerjaan responden yang mengguna layanan di kantor pos dusungyo selatan Thailand dapat dilihat dalam tabel 5.4 berikut ini.

**Tabel 5.4. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Siswa / Mahasiswa	26	52
Pemerintah / Perusahaan Negara	3	6
Karyawan perusahaan / Karyawan	4	8
Bisnis Pribadi	17	34
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Data : Olahan**

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang di guna oleh pengguna layana pada kantor pos dusungyo selatan thailand responden berjenis tingkat pekerjaan Siswa / Mahasiswa sebanyak 26 orang atau 52% dari

jumlah responden 50 orang, responden berjenis tingkat pekerjaan Pemerintah / Perusahaan Negara sebanyak 3 orang atau 6% dari jumlah responden 50 orang, responden berjenis tingkat pekerjaan Karyawan perusahaan / Karyawan sebanyak 4 orang atau 8% dari jumlah responden 50 orang, responden berjenis tingkat pekerjaan Bisnis Pribadi sebanyak 17 orang atau 34% dari jumlah responden 50 orang.

Dapat diambil kesimpulan bahwa responden dari tingkat pekerjaan bisnis pribadi yang lebih tinggi dari pengguna layanan yang tingkat pekerjaan yang lainnya.

## 5.2. Analisis Kualitas pelayanan

Pelayanan merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh suatu organisasi yang diberikan kepada pengguna sebagai pemenuhan kebutuhan pengguna tersebut. Pemberian pelayanan berpengaruh kepada kepuasan pengguna serta penilaiannya terhadap kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan yang baik. Semakin baik pemberian pelayanan kepada pengguna, semakin baik pula penilaian terhadap kinerja pegawai.

Fenomena pelayan pada kantor pos dusungyo selatan Thailand dapat dilihat yaitu ketampakan fisik (*tangible*), perlakuan atau perhatian pribadi (*empathy*), reabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Pemberian pelayanan dapat dilihat dari bagaimana pihak kantor pos dusungyo selatan Thailand memenuhi keinginan-keinginan pengguna, kenyamanan, perhatian, ketanggapan, serta jaminan kepercayaan.

### 5.2.1. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti langsung (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak internal. Penampilan dan kemampuan dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang) dan lain sebagainya, perlengkapan dan peralatan yang diperlukan (teknologi) serta penampilan pegawainya. Aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pengguna. Pengguna akan menggunakan indera suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek *tangible*, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan yang terlalu tinggi. Dimensi *tangible* umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *tangible* pada kantor pos dusungyo selatan Thailand dapat dilihat dalam Tabel berikut :

**Tabel 5.5**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kantor pos terletak di lokasi**  
**Jalan Utama Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand.**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	36	5	180
2.	Setuju	11	4	44
3.	Netral	3	3	9
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>233</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>93.2</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.5 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Kantor pos terletak di lokasi yang mudah ditemukan Pada Kantor Pos Dusungyo

Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 36 orang dengan total skor sebesar 180, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 11 orang dengan total skor sebesar 44, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 3 orang dengan total skor sebesar 9, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa Kantor pos terletak di lokasi Jalan Raya Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand yaitu dalam kategori sangat setuju. Letak juga dapat mempengaruhi minat pengguna untuk memguna layanan tersebut. Letak yang strategis tentu tempat yang mudah dijangkau dan dapat diingat oleh pengguna. Oleh karena itu sebelum mendirikan suatu kantor maka pihak perusahaan harus mempertimbangkan lokasi mana yang paling tepat.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kenyamanan tempat parker dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.6**  
**tanggapan responden mengenai Kenyamanan**  
**tempat parker dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	10	5	50
2.	Setuju	33	4	132
3.	Netral	6	3	18
4.	Tidak Setuju	1	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>202</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>80.8</b>



<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>
-----------------	----------------------

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.6 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Kenyamanan tempat parker dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 10 orang dengan total skor sebesar 50, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang dengan total skor sebesar 132, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, selanjutnya yang menyatakan tidak setēju sebanyak 1 orang dengan total skor sebesar 2, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Kenyamanan tempat parker dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand yaitu dalam kategori sangat setuju. Keyamanan dan kemudahan tempat pakir menjadi salah satu membuat penggu yang datang itu jadi suka tidak sulit dalam memcari tempat untuk paker.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Lokasi layanan bersih dan rapi pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.7**  
**tanggapan responden mengenai Lokasi layanan**  
**bersih dan rapi dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	24	5	120
2.	Setuju	20	4	80
3.	Netral	6	3	18

4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>218</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>87.2</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.7 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Lokasi layanan bersih dan rapi dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang dengan total skor sebesar 120, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 20 orang dengan total skor sebesar 80, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Lokasi layanan bersih dan rapi dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand yaitu dalam kategori sangat setuju. Lokasi layanan bersih dan rapi menjadi salah satu membuat penggu yang datang itu jadi suka hati dan rasa aman.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.8**  
**tanggapan responden mengenai Ada cukup banyak kursi**  
**yang menunggu layanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
-----	---------------------	-----------	------	------------

1.	Sangat Setuju	14	5	70
2.	Setuju	31	4	124
3.	Netral	5	3	15
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>209</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>83.6</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.8 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 14 orang dengan total skor sebesar 70, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 31 orang dengan total skor sebesar 124, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 5 orang dengan total skor sebesar 15, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.9**  
**tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan**  
**untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	15	5	75
2.	Setuju	22	4	88
3.	Netral	11	3	33
4.	Tidak Setuju	1	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1

<b>Total Skor</b>	<b>199</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>	<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>	<b>79.6</b>
<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.9 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 15 orang dengan total skor sebesar 75, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang dengan total skor sebesar 88, dan yang menyatakan netral sebanyak 11 orang dengan total skor sebesar 33, dan responden yang menyatakan tidak setuju dengan jumlah 1 orang dengan total skor 2, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan total skor 1.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area pelayanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.10**  
**Tanggapan responden mengenai Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area pelayanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

<b>No.</b>	<b>Klasifikasi jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>Total Skor</b>
1.	Sangat Setuju	19	5	95
2.	Setuju	20	4	80
3.	Netral	9	3	27
4.	Tidak Setuju	1	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>204</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>81.6</b>



<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>
-----------------	----------------------

**Data : Olahan**

Dari Tabel 5.10 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang dengan total skor sebesar 95, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 20 orang dengan total skor sebesar 80, dan responden yang menyatakan netral sebanyak 9 orang dengan total skor sebesar 27, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dengan total skor sebesar 2, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Hakekat pelayanan umum berkualitas yang diartikan oleh Budiono (2012:23) adalah berdasarkan pada hakekat yang memprioritaskan peningkatan mutu pelayanan dan kemampuan dari penyedia pelayanan kepada penerima layanan agar pelayanan yang diberikan lebih berdaya dan berhasil guna.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan dengan indikator yaitu : Bukti fisik (*Tangible*).

**Tabel 5.11.**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator**

<b>Demensi</b>	<b>Indicator</b>	<b>Total Skor (%)</b>
Bukti fisik (Tangible)	Kantor pos terletak di lokasi jalan Raya	93.2
	Kenyamanan tempat parker	80.8
	Lokasi layanan bersih dan rapi	87.2
	Ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan	83.6
	Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut	79.6
	Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area	81.6

	pelayanan	
<b>Total</b>		506
<b>Rata – rata</b>		84.3

**Sumber : data Olahan**

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor Bukti fisik (*Tangible*) pada pengguna kantor pos di dusungyo selatan thailand. diperoleh jumlah keseluruhan skor yaitu 506 dengan rata-rata skor yaitu 84.3% berarti dalam kategori sangat setuju.

### 5.2.2. Keandalan (*Reliability*)

Keadaan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Dimensi ini sering persepsikan paling penting bagi pelanggan dari industri jasa.

Ada tiga hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan *reliability*. Pertama adalah pembentukan budaya kerja "*errorfree*" atau "*no mistike*" kedua perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan "*no mistike*". Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus menerus dan menekankan kerja teamwork. Dengan kerja teamwork koordinasi antar bagian menjadi lebih baik. Ketiga, diperlukan tes sebelum suatu layanan diluncurkan benar-benar diluncurkan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap

indicator *reliability* pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 5.12**  
**Tanggapan responden mengenai Karyawan memberikan informasi yang benar yang ingin Anda ketahui pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	22	5	110
2.	Setuju	21	4	84
3.	Netral	7	3	21
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>215</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>86</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.12 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 22 orang dengan total skor sebesar

110, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang dengan total skor sebesar 84, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 7 orang dengan total skor sebesar 21, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya Bantu mereka juga. pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.13**

**Tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya Bantu mereka juga pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	20	5	100
2.	Setuju	22	4	88
3.	Netral	7	3	21
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
<b>Total Skor</b>				<b>210</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>84</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.13 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 20 orang dengan total skor sebesar 100, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang dengan



total skor sebesar 88, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 7 orang dengan total skor sebesar 21, selanjutnya yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan total skor sebesar 1, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan apapun. pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.14**

**Tanggapan responden mengenai Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan apapun pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	14	5	70
2.	Setuju	26	4	104
3.	Netral	10	3	30
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>204</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>81.6</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.14 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 14 orang dengan total skor sebesar

70, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang dengan total skor sebesar 104, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 10 orang dengan total skor sebesar 30, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.15**  
**Tanggapan responden mengenai Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	18	5	90
2.	Setuju	25	4	100
3.	Netral	6	3	18
4.	Tidak Setuju	1	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>210</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>84</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.15 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang

memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 18 orang dengan total skor sebesar 90, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang dengan total skor sebesar 100, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dengan total skor 2, kemudian tidak ada tanggapan responden sangat tidak setuju.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan dengan indikator yaitu : Keandalan (*Realibility*).

**Tabel 5.16**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator**

<b>Demensi</b>	<b>Indicator</b>	<b>Total Skor (%)</b>
Keandalan (Reliability)	Karyawan memberikan informasi yang benar yang ingin Anda ketahui	86
	Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya Bantu mereka juga	84
	Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan apapun	81.6
	Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur	84
<b>Total</b>		335.6
<b>Rata – rata</b>		83.9

**Sumber : data Olahan**

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor Keandalan (Reliability) pada pengguna kantor pos di dusungyo selatan

thailand. diperoleh jumlah keseluruhan skor yaitu 335.6 dengan rata-rata skor yaitu 83.9% berarti dalam kategori sangat setuju.

### 5.2.3. Daya tangkap (*Responsiveness*)

Daya Tangkap (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan kepada pelanggan, dengan penyampaian yang jelas, membiarkan nasabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. *Responsiveness*, adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pengguna terhadap kecepatan pengguna hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu, dalam bahasa ekonomi waktu adalah "*acarc resource*". Karena itu, waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak. Itulah sebabnya, pelanggan akan tidak puas apabila waktunya terbuang percuma karena sudah kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber ekonomi. Pelanggan akan siap untuk mengorbankan atau pembayaran pelayanan yang lebih mahal untuk setiap waktu yang dapat dihematkan. Perlu diingat bahwa harga suatu waktu adalah berbeda antara setiap pelanggan dengan pelanggan lainnya. Ada kelompok pelanggan yang lebih menghargai waktu dan ada yang kurang menghargai waktu. Demikianlah juga antara pelanggan kelompok atas kelompok bawah.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *responsiveness* pada kantor Pos Dusunyo Selatan Thailand dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 5.17**

**Tanggapan responden mengenai Anda bisa mendapatkan layanan dengan mudah tidak repot pada Kantor Pos Dusunyo Selatan Thailand**



No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	35	5	175
2.	Setuju	8	4	32
3.	Netral	7	3	21
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>228</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>91.2</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.17 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 35 orang dengan total skor sebesar 175, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 8 orang dengan total skor sebesar 32, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 7 orang dengan total skor sebesar 21, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan siap melayani pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.18**  
**Tanggapan responden mengenai Karyawan siap**  
**melayani pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	14	5	70
2.	Setuju	30	4	120
3.	Netral	6	3	18
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-

<b>Total Skor</b>	<b>208</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>	<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>	<b>83.2</b>
<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.18 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 14 orang dengan total skor sebesar 70, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang dengan total skor sebesar 120, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan bersedia membantu mereka dalam pelayanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5.19**

**Tanggapan responden mengenai Karyawan bersedia membantu mereka dalam pelayanan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

<b>No.</b>	<b>Klasifikasi jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>Total Skor</b>
1.	Sangat Setuju	19	5	95
2.	Setuju	25	4	100
3.	Netral	6	3	18
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>213</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>85.2</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

### Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.19 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang dengan total skor sebesar 95, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang dengan total skor sebesar 100, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Perusahaan telah memperbaiki kemajuan layanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.20**

**Tanggapan responden mengenai Perusahaan telah memperbaiki kemajuan layanan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	17	5	85
2.	Setuju	27	4	108
3.	Netral	5	3	15
4.	Tidak Setuju	1	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>210</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>

<b>% Skor Jawaban</b>	<b>84</b>
<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.20 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 17 orang dengan total skor sebesar 85, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang dengan total skor sebesar 108, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 5 orang dengan total skor sebesar 15, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dengan total skor 2, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan dengan indikator yaitu : Daya tanggap (Responsiveness).

**Tabel 5.21**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator**

<b>Demensi</b>	<b>Indicator</b>	<b>Total Skor (%)</b>
Daya tanggap	Anda bisa mendapatkan layanan dengan mudah. Tidak repot	91.2
	Karyawan siap melayani	83.2
	Karyawan bersedia membantu mereka dalam	85.2



(Responsiveness)	pelayanan	
	Perusahaan telah memperbaiki kemajuan layanan	84
<b>Total</b>		343.6
<b>Rata – rata</b>		85.9

**Sumber : data Olahan**

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai factor Daya tanggap (Responsiveness) pada pengguna kantor pos di dusungyo selatan thailand. diperoleh jumlah kesusruhan skor yaitu 343.6 dengan rata-rata skor yaitu 85.9% berarti dalam kategori sangat setuju.

#### **5.2.4. Jaminan (*assurance*)**

Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesempatan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan asa percaya para pengguna pada kantor Pos. Terdiri dari beberapa komponen antara lain : komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*). Dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan pegawai dari perilaku front-line-staf dalam menanamkan bagian dari talenta. Aspek kedua adalah kompetensi. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap kualitas pelayanan. Aspek ketiga dimensi assurance ini adalah reputasi.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *assurance* pada kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 5.22**  
**Tanggapan responden mengenai Kantor pos memiliki sistem layanan yang sesuai, benar, dapat diandalkan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
-----	---------------------	-----------	------	------------

1.	Sangat Setuju	25	5	125
2.	Setuju	17	4	68
3.	Netral	8	3	24
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>217</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>86.8</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.22 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 25 orang dengan total skor sebesar 125, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 17 orang dengan total skor sebesar 68, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 8 orang dengan total skor sebesar 24, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan layanan pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.23**

**Tanggapan responden mengenai Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	19	5	95
2.	Setuju	26	4	104
3.	Netral	5	3	15
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>214</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>85.6</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.23 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang dengan total skor sebesar 95, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang dengan total skor sebesar 104, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 5 orang dengan total skor sebesar 15, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.24

Tanggapan responden mengenai Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	17	5	85
2.	Setuju	27	4	108
3.	Netral	6	3	18
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>211</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>84.4</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.24 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 17 orang dengan total skor sebesar 85, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang dengan total skor sebesar 108, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 6 orang dengan total skor sebesar 18, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Tabel 5.25**  
**Tanggapan responden mengenai keramahan, baik hati,**  
**sopan, berseri-seri pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	17	5	85
2.	Setuju	29	4	116
3.	Netral	4	3	12
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>213</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>85.2</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.25 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 17 orang dengan total skor sebesar 85, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 29 orang dengan total skor sebesar 116, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 4 orang dengan total skor sebesar 12, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan dengan indikator yaitu : Jaminan (*assurance*).

**Tabel 5.26**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator**

<b>Demensi</b>	<b>Indicator</b>	<b>Total Skor (%)</b>
Jaminan (Assurance)	Kantor pos memiliki sistem layanan yang sesuai, benar, dapat diandalkan	86.8
	Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan	85.6
	Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor	84.4
	keramahan, baik hati, sopan, berseri-seri	85.2
<b>Total</b>		342
<b>Rata – rata</b>		85.5

**Sumber : data Olahan**

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor Jaminan (Assurance) pada pengguna kantor pos di dusungyo selatan thailand. diperoleh jumlah klesluruhan skor yaitu 342 dengan rata-rata skor yaitu 85.5% berarti dalam kategori sangat setuju.

#### **5.2.5. Perhatian (*Empathy*)**

Perhatian (*empaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pengguna, memahami kebutuhan pengguna secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi empati dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Secara umum, dimensi ini memang dispesifik, kurang penting dibandingkan dimensi reability dan

responsiveness dimata kebanyakan pelanggan. Akan tetapi, untuk kelompok pelanggan *"the haves"* ini dimensi yang paling penting. Ini sesuai dengan teori perkembangan kebutuhan manusia dari *"maslow"* pada tingkat semakin tinggi, kebutuhan manusia tidak lagi dengan hal-hal yang primer. Setelah kebutuhan fisik, keamanan dan sosial akan terpenuhi, maka dua kebutuhan lagi akan dikejar oleh manusia yaitu kebutuhan ego dan aktualisasi. Dua kebutuhan terakhir dari teori Maslow inilah yang banyak berhubungan dengan dimensi empati. Dimensi empati adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat *"surprise"* sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan ternyata diberikan oleh penyediaan jasa. Berdasarkan uraian diatas maka dapat kita lihat bahwa dalam menilai mutu jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan maka untuk memperoleh nilai yang benar-benar objektif dapat dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap jawaban yang diberikan pelanggan atas factor-factor tersebut. Secara garis besar kualifikasi mutu yang diharapkan setiap nasabah adalah adanya keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, kecepatan dan pelayanan yang memuaskan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *empathy* pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 5.27**

**Tanggapan responden mengenai Karyawan menjadikan kepentingan pengguna sebagai prioritas pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	19	5	95
2.	Setuju	25	4	100
3.	Netral	3	3	9
4.	Tidak Setuju	3	2	6
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-

<b>Total Skor</b>	<b>210</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>	<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>	<b>84</b>
<b>Kriteria</b>	<b>Sangat Setuju</b>

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.27 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang dengan total skor sebesar 95, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang dengan total skor sebesar 100, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 3 orang dengan total skor sebesar 9, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang dengan total skor 6, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.28**  
**Tanggapan responden Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

<b>No.</b>	<b>Klasifikasi jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>Total Skor</b>
1.	Sangat Setuju	20	5	100
2.	Setuju	22	4	88
3.	Netral	8	3	24
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>212</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>84.8</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>



### Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.28 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 20 orang dengan total skor sebesar 100, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang dengan total skor sebesar 88, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 8 orang dengan total skor sebesar 24, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karyawan memahami kebutuhan pengguna pada kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.29**  
**Tanggapan responden mengenai Karyawan memahami**  
**kebutuhan pengguna pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

No.	Klasifikasi jawaban	Frekuensi	Skor	Total Skor
1.	Sangat Setuju	19	5	95
2.	Setuju	22	4	88
3.	Netral	9	3	27
4.	Tidak Setuju	-	2	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	1	-
<b>Total Skor</b>				<b>210</b>
<b>Skor Max 5 x 50</b>				<b>250</b>
<b>% Skor Jawaban</b>				<b>84</b>
<b>Kriteria</b>				<b>Sangat Setuju</b>

### Sumber : Data Olahan

Dari Tabel 5.29 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang

memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang dengan total skor sebesar 95, sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang dengan total skor sebesar 88, selanjutnya yang menyatakan netral sebanyak 9 orang dengan total skor sebesar 27, kemudian tidak ada tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan dengan indikator yaitu : Perhatian (empathy).

**Tabel 5.30**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator**

Demensi	Indicator	Total Skor (%)
Perhatian (empathy)	Karyawan menjadikan kepentingan pengguna sebagai prioritas.	84
	Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati	84.8
	Karyawan memahami kebutuhan pengguna	84
<b>Total</b>		252.8
<b>Rata – rata</b>		84.3

**Sumber : data Olahan**

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor Perhatian (empathy) pada pengguna kantor pos di dusungyo selatan thailand. diperoleh jumlah keseluruhan skor yaitu 252.8 dengan rata-rata skor yaitu 84.3% berarti dalam kategori sangat setuju.

Berikut ini dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis kualitas pelayanan sebagai berikut :

**Tabel 5.31**  
**Rekapitulasi Dimensi dan Indikator variable Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indicator	Total Skor %
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Bukti fisik (Tangible)	Kantor pos terletak di lokasi yang mudah ditemukan.	93.2
	Kenyamanan tempat parkir	80.8
	Lokasi layanan bersih dan rapi	87.2
	Ada cukup banyak kursi yang menunggu layanan	83.6
	Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut	79.6
	Memiliki AC dengan suhu yang nyaman di area pelayanan	81.6
<b>Total</b>		506
<b>Rata – rata</b>		84.3
Keandalan	Karyawan memberikan informasi yang benar yang ingin Anda ketahui.	86
	Karyawan memiliki layanan yang dapat dipercaya Bantu mereka juga.	84
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
(Reliability)	Karyawan memproses informasi Anda Tanpa kesalahan apapun	81.6
	Anda menerima standar layanan yang sama secara teratur.	84
<b>Total</b>		335.6
<b>Rata – rata</b>		83.9
Daya tanggap (Responsiveness)	Anda bisa mendapatkan layanan dengan mudah. Tidak repot	91.2
	Karyawan siap melayani.	83.2
	Karyawan bersedia membantu mereka dalam pelayanan.	85.2
	Perusahaan telah memperbarui kemajuan layanan.	84
<b>Total</b>		343.6
<b>Rata – rata</b>		85.9
Jaminan (Assurance)	Kantor pos memiliki sistem layanan yang sesuai, benar, dapat diandalkan.	86.8
	Karyawan memiliki pengetahuan dalam pekerjaan yang mereka berikan.	85.6
	Staf layanan menggunakan ucapan sopan. Tidak gunakan kata-kata kotor	84.4
	keramahan, baik hati, sopan, berseri-seri	85.2
<b>Total</b>		342
<b>Rata – rata</b>		85.5
Perhatian	Karyawan menjadikan kepentingan pengguna sebagai prioritas.	84

(empathy)	Staf layanan yang menggunakan layanan dengan hati-hati	84.8
	Karyawan memahami kebutuhan pengguna	84
<b>Total</b>		252.8
<b>Rata – rata</b>		84.3

**Sumber data : Olahan**

### 5.3. Analisis Kepuasan pengguna

Kepuasan merupakan suatu fungsi dan kinerja harapan, jika kesan kinerja di berikan oleh pemilik usaha kurang setuju maka nasabah tidak akan puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka pengguna puas serta jika kinerja melebihi harapan pengguna maka pengguna akan puas. Setiap pemilik usaha banyak berfokus pada kepuasan karena para pengguna menginginkan kepuasan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu kantor, akan menciptakan kepuasan bagi para penggunanya. Setelah pengguna merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pengguna akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pengguna merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pengguna) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indicator kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 5.32**  
**Tanggapan responden mengenai Anda merasa ingin kembali**



### menggunakan layanan di Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand

TANGGAPAN	JUMLAH (Orang)
Ingin kembali	48
Tidak ingin kembali	2

**Sumber : Data Olahan**

Dari Tabel 5.32 diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai Memiliki tanda atau pesan untuk layanan tersebut dapa kantor pos Dusungyo Selatan Thailand dengan jumlah pengguna 50 orang yaitu responden yang memberikan tanggapan ingin kembali mengunakan layanan di kantor pos sebanyak jumlah 48 orang sedangkan tanggappan tidak ingin kembali jumlah 2 orang.

#### **5.4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Kantor Pos Dusungyo Selatan Thailand**

##### **5.4.1. Uji Validitas Instrumen**

Pengujian validitas tiap intrumen pertanyaan yang digunakan dalam analisis item dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Mansyur menyatakan bahwasanya dalam analisis item, treknik korelasi dalam menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik pengambilan data yang banyak digunakan.

Kemudian dalam menggunakan interpretasi terhadap koefesien korelasi, mansyur menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan criteria skor total, serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item ini memiliki validitas yang cukup tinggi dan biasanya syarat minimum data untuk dapat memenuhi syarat adalah apabila  $r = \text{positif (+)}$ , jadi jika korelasi antar pertanyaan dengan

skor total negative (-) maka pertanyaan dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak sesuai dengan yang di harapkan untuk penelitian lebih lanjut.

Untuk mengetahui apakah pertanyaan - pertanyaan yang diajukan kepada pengguna dapat dikatakan valid atau tidaknya maka penulis mencoba melakukan uji coba try out kepada 50 responen dengan memberikan 21 pertanyaan dari variable kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna untuk menguji validitas dan reabilitas dari seluruh pertanyaan yang telah diberikan.

Dari hasil pengujian melalui pengukuran validitas dengan menggunakan korelasi product moment dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0.05\%$ ), dengan cara mengkorelasikan skor masing- masing item dengan skor totalnya. Hasil pengujian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.33**  
**Hasil Uji Validitas Instrument Penelitian**

Variabel	Item	Corrected Item Total Coreletions (r - hitung)	Sig (2-tailed)	r – Tabel ( $\alpha = 0.05\%$ )	Keterangan Hasil
<b>Kualitas layanan</b>	X1	.681	0.000	0.279	Valid
	X2	.538	0.003	0.279	Valid
	X3	.650	0.000	0.279	Valid
	X4	.384	0.000	0.279	Valid
	X5	.682	0.008	0.279	Valid
	X6	.615	0.003	0.279	Valid
	X7	.662	0.001	0.279	Valid
	X8	.544	0.005	0.279	Valid
	X9	.525	0.003	0.279	Valid
	X10	.676	0.010	0.279	Valid
	X11	.738	0.000	0.279	Valid
	X12	.577	0.065	0.279	Valid
	X13	.416	0.018	0.279	Valid
	X14	.598	0.009	0.279	Valid
	X15	.544			Valid
	X16	.445			Valid
	X17	.525			Valid

	X18	.410	0.000	0.279	Valid
	X19	.615	0.001	0.279	Valid
	X20	.632	0.011	0.279	Valid
	X21	.529	0.075	0.279	Valid
			0.000	0.279	
			0.000	0.279	
			0.004	0.279	

**Sumber : Data Olahan SPSS Versi 22.00**

Instrument dikatakan valid jika Corrected Item Total Correlations (r hitung) menunjukkan korelasi yang signifikan antara skor item dengan skor total atau dengan cara membandingkan nilai korelasi masing-masing item dengan nilai korelasi tabel (r tabel), jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka instrument dikatakan valid. Tabel menunjukkan bahwa butir pertanyaan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r tabel dengan tingkat  $\alpha = 0.05\%$  dan dengan 50 responden maka nilai r tabel lebih besar dari 0.279 sehingga butir pertanyaan yang diajukan dinyatakan valid dan layak dianalisis.

#### 5.4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas adalah pengujian yang berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrument). Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari pengujian tersebut menunjukkan hasil yang tetap atau tidak berubah. Dengan kata lain, masalah reabilitas test atau instrument yang berhubungan dengan penetapan masalah hasil. Jika terdapat perubahan dalam hasil akhir test atau instrument maka perubahan tersebut dianggap tidak berarti.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronboach*, dimana hasil ujinya disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 5.34**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</b>	<b>N of Items</b>
.920	.920	21

**Sumber : Data Olahan SPSS Versi 22.00**

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan pada item- item pertanyaan yang memiliki validitas. Instrument dinyatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh paling tidak mencapai 0,5. Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing- masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,5 sehingga instrument yang digunakan dinyatakan reliabel.

#### **5.4.3 Statistik Deskriptif**

Statistik Deskriptif dimaksudkan untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) terhadap kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongnyo Selatan Thailand. Berdasarkan hasil kuesioner, tabel descriptive statistic memperlihatkan hasil sebagai berikut :



**Gambar 5.1**  
**Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	50	16.00	29.00	25.3400	2.91799
X2	50	11.00	20.00	16.8000	2.13809
X3	50	13.00	20.00	17.1800	1.92396
X4	50	13.00	20.00	17.1000	1.68123
X5	50	8.00	15.00	12.6200	1.81704
Y	50	1.00	2.00	1.9600	.19795
Valid N (listwise)	50				

**Sumber : Data Olahan SPSS Versi 22.00**

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dijelaskan bahwa, dalam penelitian ini terdapat 5 independen yaitu Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian). Serta terdapat satu variabel dependen yaitu kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongnyo Selatan Thailand.

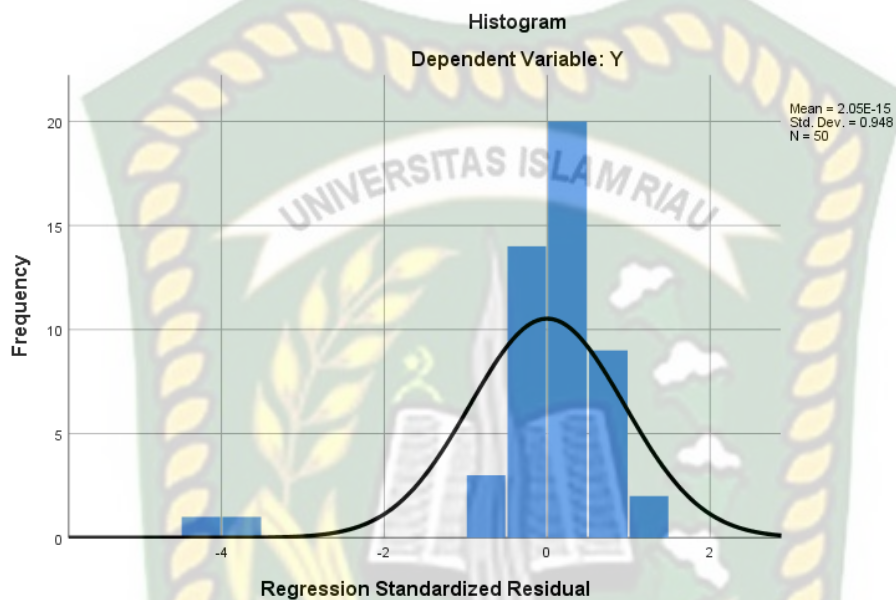
#### 5.4.4. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependent dan independent mempunyai distribusi normal atau tidak. dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah grafik histogram, *one-*

*sample kolmogorov-Smirnov Test*, dan *Normal probability plot*, pada penelitian ini tampak pada gambar 5.2 berikut:

**Gambar 5.2**  
**Grafik Histogram**



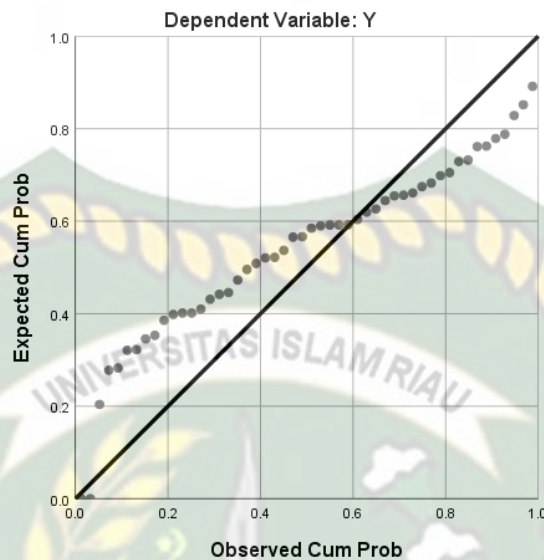
**Sumber : Data Output SPSS, 22.00**

Histogram pada gambar 5.2 diatas telah memperlihatkan posisi normal, dimana tidak terjadi posisi miring (*skewness*) dan kurva memiliki keseimbangan tepat ditengah, dengan demikian menunjukkan bahwa data-data pada variabel penelitian berdistribusi normal (Ghazali, 2001).

Selain itu untuk melihat normalitas dapat dilihat pada *Normal probability plot*, dapat diperhatikan pada gambar 5.3 berikut :

**Gambar 5.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



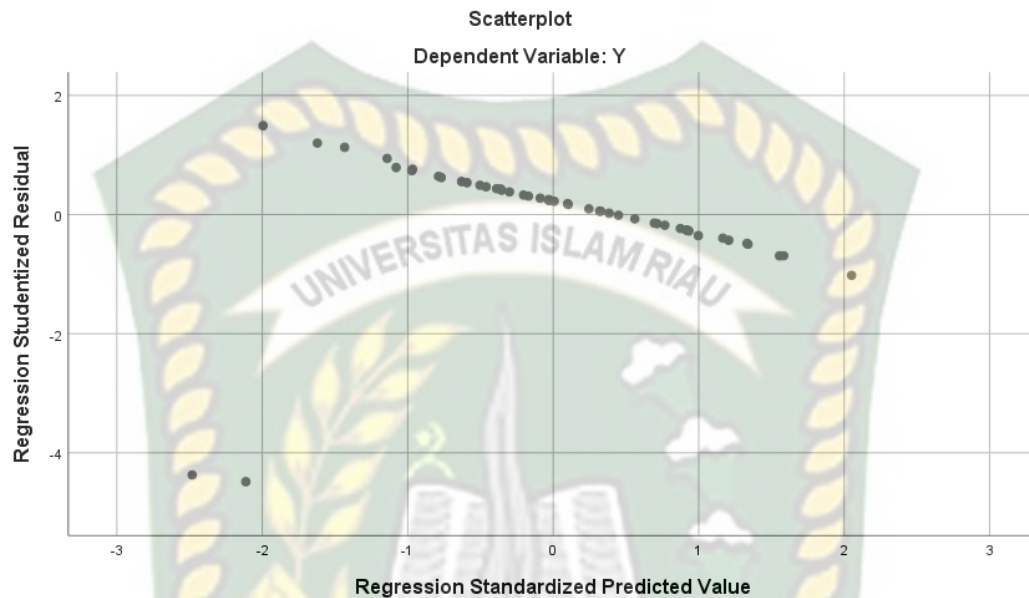
Sumber : data Output SPSS, 22.00

Berdasarkan gambar 5.3 dapat dilihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas

## 2. Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dari pada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika membentuk pola tertentu, maka terdapat heterokedastisitas dan jika titiknya menyebar tidak pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian dapat dilihat pada Gambar 5.4 berikut.

**GAMBAR 5.4**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



**Sumber : Data Ouput SPSS, 22.00**

Berdasarkan gambar 5.3 dapat dilihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22.00 maka deteksi adanya Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* mendekati 1 dan nilai VIF berkisar 1 maka tidak ada korelasi (Ghozali, 2005:91). Cara yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* dibawah 0,1 atau sama dengan nilai VIF >10 maka bisa disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.36 berikut:



**Tabel 5.35**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Tangible (Bukti langsung)	0.206	4.847	Tidak terjadi multikolinieritas
Realibility (Kehandalan)	0.247	4.041	Tidak terjadi multikolinieritas
Responsivenee (Daya tanggap)	0.279	3.585	Tidak terjadi multikolinieritas
Assurance (Jaminan)	0.387	2.583	Tidak terjadi multikolinieritas
Emphaty (Perhatian)	0.435	2.297	Tidak terjadi multikolinieritas

**Sumber : Data Output SPSS, 2020**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinieritas variabel Tangible (Bukti langsung) memiliki nilai VIF 4.847 dan nilai toleransi 0.206; variabel Realibility (Kehandalan) memiliki nilai VIF 4.041 dan nilai toleransi 0.247; variabel Responsivenee (Daya tanggap) memiliki nilai VIF 3.585 dan nilai toleransi 0.279, variabel Assurance (Jaminan) memiliki nilai VIF 2.583 dan nilai toleransi 0.387 dan variabel Emphaty (Perhatian) memiliki nilai VIF 2.297 dan nilai toleransi 0.435. Dari kelima variabel independen tersebut semua nilai toleransi berada diatas atau  $>0,1$ , dan nilai VIF dibawah atau  $<10$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari pengaruh multikolinieritas.

#### **5.4.5. Pengujian Hipotesis**

##### **1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linear bergnda digunakan untuk mengetahui Pengaruh Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan moralitas terhadap Kepuasan nasabah pada

Islamic Bank of Thailand Branch Bannangstar Province Yala. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 5.37 :

**Tabel 5.36**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			toleransi	VIF
1(Constant)	2.131	.281		7.582	.000		
X1	.042	.020	.621	2.126	.039	.206	4.847
X2	-.072	.025	-.778	-2.915	.006	.247	4.041
X3	-.013	.026	-.129	-.514	.610	.279	3.585
X4	.014	.025	.119	.559	.579	.387	2.583
X5	-.003	.022	-.030	-.148	.883	.435	2.297

a. Dependent Variable: Y

**Sumber : Data Output SPSS, 2020**

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 2.131 + 0.042 X1 - 0.072 X2 - 0.013 X3 + 0.014 X4 + 0.003 X5 + e$$

Hasil dan pembahasan regresi diatas adalah:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2.131 artinya jika Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) 0 (nol) maka kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand Tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel Tangible (Bukti langsung) (X1) bernilai 0.042 yang dapat diartikan bahwa setiap Tangible (Bukti langsung) sebesar 1 maka akan terjadi pengurangan kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand sebesar 0.042 dengan asumsi Realibility (Kehandalan),

Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) adalah konstan.

- c. Nilai koefisien regresi variabel Realibility (Kehandalan) (X2) bernilai  $-0.072$  yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Realibility (Kehandalan) sebesar 1 maka akan terjadi pengurangan kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand sebesar  $-0.072$  dengan asumsi pemahaman akuntansi dan pemanfaatan SIA adalah konstan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Responsivenee (Daya tanggap) (X3) bernilai  $-0.013$  yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan peran internal a Responsivenee (Daya tanggap) udit sebesar 1 maka akan terjadi penurunan kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand sebesar  $-0.013$  dengan asumsi pemahaman akuntansi dan pemanfaatan SIA adalah konstan.
- e. Nilai koefisien regresi variabel Assurance (Jaminan) (X4) bernilai  $0.014$  yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Assurance (Jaminan) sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand sebesar  $0.014$  dengan asumsi pemahaman akuntansi dan pemanfaatan SIA adalah konstan.
- f. Nilai koefisien regresi variabel Emphaty (Perhatian) (X5) bernilai  $-0.003$  yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Emphaty (Perhatian) sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna pada kantor pos Dusongyo Selatan Thailand sebesar  $-0.003$  dengan asumsi pemahaman akuntansi dan pemanfaatan SIA adalah konstan.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yaitu Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna pada kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand. Hasil uji F dapat dilihat pada Gambar 5.5

**Gambar 5.5**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.431	5	.086	2.547	.041 <sup>b</sup>
	Residual	1.489	44	.034		
	Total	1.920	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X3, X1

**Sumber : Data Output SPSS, 22.00**

Uji pengaruh simultan ini dapat dilihat dari *p-value significant*. Nilai *p-value significant* sebesar 0.041 yaitu signifikan pada tingkat probabilitas 0.05 yang berarti variabel-variabel independen dapat digunakan dalam memprediksi variabel dependennya.

Berdasarkan Gambar 5.4 didapat nilai signifikansi sebesar 0.041: karena tingkat probabilitas signifikan lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengguna kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand.

### 3. Uji Parsial (Uji t-test)



Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap kepuasan nasabah. Pengujian ini dilakukan dengan melihat tingkat signifikan dari masing-masing variabel. Apabila signifikansi  $< 0.05$  maka hipotesis ditolak. Hasil uji t terhadap variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 5.37. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen pada hasil dan pembahasan sebagai berikut :

a. Uji variabel Tangible (Bukti langsung)

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Untuk variabel Tangible (Bukti langsung)(X1) nilai signifikannya adalah  $0.039 > 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Tangible (Bukti langsung) H1 : diterima sedangkan H0 : Ditolak mengatakan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo selatan Thailand.

b. Uji variabel Realibility (Kehandalan)

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Untuk variabel Realibility (Kehandalan) (X2) nilai signifikannya adalah  $0.006 > 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Realibility (Kehandalan) H2 : diterima sedangkan H0 : ditolak mengatakan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo selatan Thailand.

c. Uji variabel Responsivenee (Daya tanggap)

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Untuk variabel Responsivenee (Daya tanggap) ( $X_3$ ) nilai signifikannya adalah  $0.610 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Responsivenee (Daya tanggapan)  $H_3$  : ditolak sedangkan  $H_0$  : diterima mengatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo selatan Thailand.

d. Uji variabel Assurance (Jaminan) ( $X_4$ )

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Untuk variabel Assurance (Jaminan) ( $X_4$ ) nilai signifikannya adalah  $0.001 > 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Assurance (Jaminan)  $H_4$  : diterima sedangkan  $H_0$  : ditolak mengatakan berpengaruh terhadap Kepuasan kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo selatan Thailand.

e. Uji variabel Emphaty (Perhatian) ( $X_5$ )

Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen. Untuk variabel Emphaty (Perhatian) ( $X_5$ ) nilai signifikannya adalah  $0.579 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Emphaty (Perhatian)  $H_5$  : ditolak Sedangkan  $H_0$  :diterima mengatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan kepuasan pengguna kantor pos Dusongyo selatan Thailand.

**d. Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur variasi dalam variabel independen mampu menjelaskan bersama-sama variabel dependen.

**Tabel 5.37**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.474a	.224	.136	.18396

Pada Tabel 5.37 dapat dijelaskan bahwa koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.474 mendekati nilai 1 artinya hubungan antara variabel Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) terhadap kepuasan pengguna kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand sedang erat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.224 artinya bahwa 0.224 atau 22.4% artinya pengaruh Tangible (Bukti langsung), Realibility (Kehandalan), Responsivenee (Daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Perhatian) terhadap kepuasan pengguna kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand sedangkan sisanya sebesar 77.6% dapat dijelaskan oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model atau persamaan regresi ini.

Dari hasil di atas bahwa dapat berkaitan antara variabel X dengan variabel Y karena atas pengguna jasa kantor pos merasa ingin kembali terhadap jasa layanan kantor pos Dusongyo. Sedangkan perbedaan antara Thailand pos dengan pos Indonesia yaitu : yang jelas dari Lokasi, kebayaan, pelayanan, harga pengiriman dan produk yang dilayanan.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab V mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pengguna pada kantor pos dusungyo selatan thailand secara deskriptif dalam penelitian ini yang telah dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 50 orang dengan menggunakan *Accidental sampling*, teknik analisis data yang dipergunakan adalah uji valibilitas, koefisien korelasi dan koefisien determinasi maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji Valibilitas dengan menunjukkan korelasi yang signifikan antara skor item dengan skor total atau dengan cara membandingkan nilai korelasi masing- masing item dengan nilai korelasi tabel ( $r$  tabel), jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrument dikatakan valid.
2. Berdasarkan uji koefisien korelasi menunjukan bahwa hubungan antara Variabel – Variabel terhadap pengguna kantor pos dusungyo Selatan Thailand itu sedang bererat.
3. Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukan hasil yang didapat adalah antara Variabel – Variabel terhadap pengguna kantor pos Dusungyo Selatan Thailand itu dikatakan rendah.



## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan terlebih dahulu, maka kiranya penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi pihak perusaha kantor pos dusungyo selatan Thailand.

1. Secara umum kualitas pelayanan pada kantor pos dusongyo selatan Thailand sudah cukup baik sehingga perusahaan harus mempertahankannya. Namun perusahaan juga harus memperkecil kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kenyataan agar pengguna tidak beralih keperusahaan pesaing yang memberikan pelayanan yang lebih baik.

- a. Perusahaan sebaiknya harus meningkatkan kualitas karyawannya mengenai sikap dan perilaku seperti kesopanan, kejujuran, sikap perhatian terhadap pengguna. Dengan meningkatkan kualitas karyawan akan meningkatkan tingkat pendapatan.
- b. Perusahaan sebaiknya menambah media khusus untuk menampung berbagai saran maupun keluhan pengguna sehingga pengguna dapat leluasa menyumbangkan ide atau pikirannya untuk mengajukan gugatan atas pelayanan perusahaan.
- c. perusahaan membangun layanan sesuai dengan kondisi sekarang (COVID-19) yaitu layanan *Door And Door* untuk menjaga kesehatan dan lagi mudah terhadap pengguna menggunakan layanannya.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan menciptakan kepuasan pengguna yang semakin tinggi. Oleh karena itu

disarankan pihak Kantor Pos Dusongyo Selatan Thailand selalu memperbaharui dan menyesuaikan dengan tuntunan pelayanan masa ke masa sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

### DAFTAR PUSTAKA

- Atul Gupta, Jason C. McDaniel and S. Kanthi Herath. 2005. *Quality management in service firms: sustaining structures of total quality service*, School of Business and Economics, Lynchburg College, Lynchburg, Virginia, USA.
- Bo Edvardsson, *GURU'S VIEW Service quality: beyond cognitive assessment*, journal *Managing Service Quality*, Vol. 15 No. 2, 2005, pp. 127-131.
- Bonnie Knutson, Pete Stevens, Colleen Wullaert, Mark Patton and Fumito Yokoyama, *A Service Quality Index for the Lodging Industry Journal of Hospitality & Tourism Research* 1990 14: 277.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- C. bientoock, C. Demoranville, K. Smith, *Organizational citizenship behavior and service quality*, journal of services marketing Vol.17, No.4, 2003.
- Dr. Muhammad Adam, S.E., M.B.A. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (ed.) 1996. *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Ofsee.
- Gavin R. Fick and J. R. Brent Ritchie, 1991. *Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry*, *Instructor in Marketing and Tourism Management at the University of Calgary, m, Alberta*.
- G. S. Sureshchandar , Chandrasekharan Rajendran & R. N. Anantharaman 2002, *The relationship between management's perception of total quality service and customer perceptions of service quality*, *Total Quality Management*, 13:1, 69-88.
- G.S. Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendran R.N. Anantharaman, 2001, *"A holistic model for total quality service"*, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12 Iss 4 pp. 378 – 412.
- Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2005. *Manajemen Publik*, Jakarta: PT Grasindo.
- [https://www.thailandpost.co.th/un/article\\_detail/aboutus/89/17288](https://www.thailandpost.co.th/un/article_detail/aboutus/89/17288).
- Kotler, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Indeks Kelompok. Gramedia.
- Leonard L. Berry, A. Parasuraman, and Valarie A. Zeithaml. *Improving service quality in America: Lessons learned*, journal *Academy of Management Executive*, 1994 Vol. 8 No. 2.

- Michael K. brady, chirtopher J. Robertson, *Managing behavioral intention in diverse cultural environments An investigation of service quality, service value, and satisfaction for American an Ecuadorian Fast-food customers*, *Journal of International Management* 7, 2001, 129-149.
- Pipat Kongkitkul. 2003, *Manual Praktik Pengukuran Kepuasan Pelanggan*, Bangkok: B *Bright Books*.
- Prawet Maharatasakul. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia dengan Teknologi Informasi*, Bangkok: Asosiasi Promosi Teknologi (Thailand-Jepang).
- Teuku Aliansyah, dkk, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*
- Rizqy, R.R., Warso, M.M. and Fathoni, A., 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)*. *Journal of Management*, 2(2).
- Redouan bshary and Daniel, *Choosy reef fish select cleaner fish that provide high-quality service*, *Max-Planck-Institut fur Verhaltensphysiologie, Seewiesen Department of Zoology, University of Cambridge, Technische Universitat Munchen, The Association for the Study of Animal Behaviour* 2002.
- Royal Academy. 2013. *Dictionary 2011 Royal Institute*, Bangkok: Royal Institute.
- Siriwan Serirat et al, 1998. *Modern marketing management*, Bangkok: Teerofilm and Cytex Co, Ltd.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susan E. Pariseau J.R. McDaniel, (1997), "*Assessing service quality in schools of business*", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 14 Iss 3 pp. 204 – 218.
- Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, *Jurnal Manajemen, Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, Volume 1, No. 1, November 2012, hal. 38.
- Tjiptono dan Diana. 2013. *Total Quality Management*, Yogyakarta : Edisi Revisi, Penerbit ANDI.



Umar, Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Wirach Wirat Nipawan. 2002. Administrasi Modal dan Administrasi Lokal, AS, Inggris, Prancis, Jepang, dan Thailand, Bangkok: Four Pace Publishers.

