

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PT KANTOR POS MANADO**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)  
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

**Oleh**

**SINTHI MEYSI LASUT  
NIM : 21 053 153**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
2025**

Sinthia Meysi Lasut. 2025 “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Kantor Pos Manado.** Dibawah bimbingan Drs. Laurens Ponggohong, M.Si dan Dr. Agustinus Walansendow, SE, M.Si. MM

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kantor Pos Manado. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam industri jasa yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan memenangkan persaingan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) yang diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y) yang diukur melalui indikator kesesuaian harapan, pengalaman menggunakan layanan, nilai yang dirasakan, keinginan menggunakan kembali, serta rekomendasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 36 responden yang merupakan pelanggan aktif PT Kantor Pos Manado. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, regresi linier sederhana, serta uji hipotesis menggunakan uji t dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, meskipun tidak signifikan secara statistik. Artinya, peningkatan pada aspek-aspek pelayanan akan tetap berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan, meskipun besar pengaruhnya relatif terbatas. Dimensi yang paling berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah daya tanggap (responsiveness) dan keandalan (reliability), sedangkan dimensi bukti fisik dan empati masih perlu ditingkatkan. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa PT Kantor Pos Manado perlu melakukan perbaikan berkelanjutan dalam sistem pelayanan, khususnya dalam kecepatan penanganan keluhan, ketepatan waktu pengiriman, serta peningkatan fasilitas fisik dan interaksi personal. Dengan demikian, diharapkan kepuasan pelanggan dapat meningkat dan pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

**Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan***

**Sinthia Meysi Lasut. 2025 “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Kantor Pos Manado. Dibawah bimbingan Drs. Laurens Ponggohong, M.Si dan Dr. Agustinus Walansendow, SE, M.Si. MM**

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at PT Kantor Pos Manado. Service quality is one of the critical factors in the service industry that determines a company's ability to survive and compete. The independent variable of this study is service quality (X), which is measured through five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Meanwhile the dependent variable is customer satisfaction (Y), which is measured using indicators such as expectation conformity, service experience, perceived value, repurchase intention, and recommendation. This research employed a quantitative method with a survey approach. Data were collected by distributing questionnaires to 36 respondents who are active customers of PT Kantor Pos Manado. The data analysis consisted of validity and reliability tests, correlation analysis, simple linear regression, and hypothesis testing using the t-test with the assistance of SPSS version 26. The results reveal that service quality has a positive effect on customer satisfaction, although the effect is not statistically significant. This indicates that improvements in service quality aspects still contribute to higher customer satisfaction, albeit to a limited extent. The most influential dimensions are responsiveness and reliability, while tangibles and empathy remain areas requiring improvement. These findings suggest that PT Kantor Pos Manado should continuously enhance its service quality, particularly in handling customer complaints more quickly, ensuring timely deliveries, improving physical facilities, and strengthening interpersonal interactions. Such improvements are expected to enhance customer satisfaction and ultimately foster long-term customer loyalty.*

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

## **MOTTO**

*‘‘Direndahkan di mata manusia, ditinggikan dimata Tuhan’’*

*‘‘Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang’’*

*(Amsal 23:18)*

***Kupersembahkan Karya ini untuk :***

*Tuhan Yesus Kristus yang berkenan dengan segala  
Kebesaran-Nya membuka pintu kemudahan bagi anak-Nya.  
Mama Papa dan Oma Opa untuk segala dukungan dan Doa  
untuk keberhasilan saya*

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Sinthia Meysi Lasut  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Manado, 23 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,



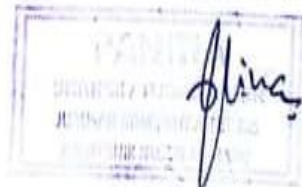
Dr. Laurens Ponggohong, M. Si  
NIP : 196102081988111001

Dosen Pembimbing 2,



Dr. Agustinus Walansendow, SE, M. Si. MM  
NIP : 196408172000121001

Ketua Panitia,



Juliet P. T. Makinggung, SE., M.Si  
NIP : 197307222002122001

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI PT KANTOR POS MANADO**

Oleh

**SINTHIA MEYSI LASUT**

**NIM. 21053153**

Telah Dipertimbangkan didepan dewan penguji dan dinyatakan sebagai salah satu persyaratan melaksanakan penelitian untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M) Pada tanggal, 23 September 2025

Ketua/Penguji 1



**Drs. Laurens Ponggohong, M.Si**

**NIP. 196102081988111001**

Penguji 2



**Dra. Margaretha A. Rundengan, M. Pd**

**NIP:196703101994032002**

Penguji 3



**Rolyke Tulangow, SE., M.Si**

**NIP:196604141994031002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



**Diana Roweina S/Maramis, SE, M.Si**

**NIP. 197209152002122001**

<b>POLITEKNIK NEGERI MANADO</b>					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sinthia Meysi Lasut  
 NIM : 21053153  
 Jurusan : Administrasi Bisnis  
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan D PT. Kantor Pos Cabang Utama Manado

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado,    September 2025

Yang membuat pernyataan,



**Sinthia Meysi Lasut**

NIM. 21053153

## BIODATA MAHASISWA

Nama Lengkap : Sinthia Meysi Lasut  
NIM : 21 053 153  
Tempat, Tanggal Lahir : Malalayang 14 September 2003  
Alamat Tempat Tinggal : Tanawangko/Ranawangko Jaga 1 Kecamatan  
Tombariri  
Nama Ayah : Meydi Lasut  
Nama Ibu : Sastry Syaloom Sumual  
Alamat Orang Tua : Tanawangko/Ranawangko Jaga 1 Kecamatan  
Tombariri  
Daerah Asal : Kota Manado  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Pelanggan di PT. Kantor Pos Manado.  
Dosen Pembimbing : 1. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si  
2. Dr. Agustinus Walansendow, SE, M.Si,MM  
Dosen Penguji : 1. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si  
2. Dra. Margaretha A. Rundengan, M.Pd  
3. Rolyke Tulangow, SE.,M.Si  
Waktu Pelaksanaan  
Ujian Skripsi : 23 September 2025



Manado, 23 September 2025

  
Sinthia Meysi Lasut  
NIM. 21053153

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat, kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sesuai dengan apa yang di harapkan. Adapun judul Penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan di PT. Kantor Pos Manado”**. Tujuan Skripsi ini adalah untuk membahas pengaruh *Kualitas Pelayanan* terhadap *Kepuasan Pelanggan* pada pengguna di PT. Kantor Pos Manado. Serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Manajemen Jurusan Administrasi Bisnis yang dilaksanakan oleh Politeknik Negeri Manado. Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA, Selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH.,M.Si Selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Selvie R. Kalele, SE.,M.Si SelakuWakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum.
4. Rudolf Esthepanus Goliath Maith, ST., M.Si Selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
5. Juliet P.T Makinggung, SE., M.Si, Selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama, serta Ketua Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Tahun 2025.
6. Vekky Supit, SE.,M.Si Selaku Sekertaris Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Tahun 2025.

7. Diana Roweina S.Maramis, SE. M.Si Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Arifmanuel Kolondam, SE.,MM Selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
9. Precylia Ribka Raming SE., MM, Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis.
10. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si Selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua Penguji I Seminar Skripsi yang telah sabar dan tulus dalam membimbing serta memberikan dukungan, pengertian dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Dr. Agustinus Walansendow, SE, M.Si Selaku Dosen Pembimbing 2 Seminar Skripsi.
12. Dra. Margaretha A. Rundengan, M. Pd Selaku Penguji II Seminar Skripsi
13. Rolyke Tulangow, SE.,M.Si, selaku Penguji III Seminar Skripsi
14. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di jurusan Administrasi Bisnis.
15. Umar Idrus selaku Manajer Proses Distribusi PT.Kantor Pos Cabang Utama Manado yang telah mendukung serta membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Keluarga tercinta, Terutama Almarhum Opa Jhon Sumual yang terkasih yang sudah berusaha memberikan yang terbaik selama masa hidupnya. Papa, Mama, Opa, Oma, Adik Candra, Mentari. Serta Keluarga-Keluarga yang sudah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

17. Sahabat yang selalu mendukung, memberikan motivasi terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini Monalisa, Lina, nanci, Amel, angs
18. Terima kasih juga untuk pacar saya yang tidak bisa disebut namanya, Terimakasih sudah menemani dari awal masuk kuliah sampai selesai, dan Terimakasih juga atas doa, dukungan dan masukan-masukan untuk penulis selama ini.

19. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi bersama, Monalisa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan agar dapat dikembangkan lagi lebih lanjut.

Manado, 23 September 2025

Penulis,

**Sinthia Meysi Lasut**  
NIM. 21 053 153

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
BIODATA MAHASISWA .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB 1     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II    KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS</b>	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	6
2.1.2 Konsep Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.2.2 Faktor - Faktor Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	8
2.1.3 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.3.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2 Kerangka Teoritik.....	11
2.2.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	15
2.4 Kerangka Pikir .....	18
2.5 Hipotesis.....	19
<b>BAB III   METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21

3.2	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian .....	21
3.2.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2.2	Metode Penelitian.....	22
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3.1	Jenis Data.....	22
3.3.2	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4	Populasi Dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sampel.....	24
3.5	Definisi Operasional Variabel dan indikator.....	25
3.5.1	Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan X..	25
3.5.2	Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan Y .....	26
3.6	Skala Pengukuran Variabel .....	27
3.7	Metode Analisis Data.....	27
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	28
3.7.2	Total Skor.....	28
3.7.3	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.7.3.1	Uji Validitas .....	29
3.7.3.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.7.4	Analisis Korelasi.....	32
3.7.5	Analisis Regresi Linier sederhana .....	33
3.7.6	Pengujian Hipotesis.....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1	Sejarah Singkat .....	35
4.1.2	Lokasi dan Telepon Perusahaan.....	41
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.5	Sumber Daya Perusahaan.....	41
4.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
4.1.7	Uraian Kerja .....	44
4.2	Hasil Analisis.....	46
4.2.1	Karakteristik Responden .....	46
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	51
4.2.3	Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden .....	54
4.2.4	Total Skor.....	58
4.2.5	Uji Normalitas dan Linearitas .....	61
4.2.6	Hasil Analisis Korelasi dan Regresi sederhana.....	62
4.2.7	Pengujian Hipotesis Uji t dan Uji F .....	65
4.3	Pembahasan.....	66
4.3.1	Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	66

4.3.2	Kualitas Pelayanan .....	67
4.3.3	Pengaruh X Terhadap Y .....	69
4.4	Implementasi .....	70
4.4.1	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan .....	72
4.4.2	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan .....	73

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	75
5.2	Saran .....	76

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Penelitian Terdahulu .....	15
3.1	Alokasi Waktu Pelaksanaan Penelitian .....	21
3.2	Kisi-Kisi Instrumen <i>Kualitas Pelayanan</i> .....	25
3.3	Kisi-Kisi Instrumen <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	26
3.4	Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata-Rata Skor Jawaban.....	28
3.5	Validitas Indikator <i>Kualitas Pelayanan</i> (X).....	29
3.6	Validitas Indikator <i>Kepuasan Pelanggan</i> (Y).....	30
3.7	Reliabilitas Indikator <i>Kualitas Pelayanan</i> (X).....	31
3.8	Reliabilitas Indikator <i>Kepuasan Pelanggan</i> (Y).....	32
3.9	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	33
4.1	Sumber Daya Manusi.....	42
4.2	Jumlah Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa PT Pos.....	50
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengiriman .....	51
4.7	Deskriptif Variabel Penelitian (X) dan(Y).....	52
4.8	Rentang Skala Kategori Nilai Rata-Rata Skor Jawaban .....	54
4.9	Instrumen Jawaban Responden <i>Kualitas Pelayanan</i> (X) .....	56
4.10	Instrumen Jawaban Responden <i>Kualitas Pelayanan</i> (Y).....	58
4.11	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel (X).....	59
4.12	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel (Y).....	60
4.13	Summary Korelasi dan Regresi Sederhana X Dan Y .....	63
4.14	Tabel Peningkatan X Dan Y .....	64
4.15	Summary Output Coefficients Variabel X Dan Y.....	65

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.4	Kerangka Berpikir .....	18
4.1	Logo PT. Kantor Pos .....	39
4.2	Struktur Organisasi PT. Kantor Pos .....	43
4.3	Total Skor <i>Kualitas Pelayanan (X)</i> .....	59
4.4	Total Skor <i>Kepuasan Pelanggan(Y)</i> .....	60
4.5	Grafik Korelasi dan Regresi Berganda.....	62
4.6	Model Implementasi X terhadap Y .....	65

## **DATAR LAMPIRAN**

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam iklim globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin sengit, kualitas layanan telah muncul sebagai salah satu indikator kunci yang menentukan kesuksesan suatu perusahaan, terutama bagi entitas yang bergerak di sektor jasa. Organisasi jasa tidak hanya dituntut untuk memberikan layanan yang efisien, tetapi juga harus memastikan bahwa pengalaman yang dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Realitas ini juga berlaku bagi PT Kantor Pos Manado, yang merupakan bagian dari PT Pos Indonesia (Persero) dan memegang peran krusial dalam menyediakan jasa pengiriman dan distribusi. Perusahaan ini memikul tanggung jawab besar untuk memastikan setiap layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berkembang.

Dalam lanskap persaingan industri jasa kurir, peningkatan kualitas layanan bagi PT Kantor Pos Manado merupakan sebuah keharusan. Urgensi ini didorong oleh maraknya perusahaan ekspedisi swasta dan layanan kurir berbasis digital yang menawarkan layanan cepat, fleksibel, dan terintegrasi dengan teknologi. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan e-commerce semakin mempertegas pentingnya bagi PT Kantor Pos Manado untuk berbenah meningkatkan kualitas layanannya agar tetap kompetitif dan relevan.

Namun, pada kenyataannya, masih ditemui berbagai keluhan dari masyarakat mengenai mutu layanan Kantor Pos Manado. Beberapa isu yang sering diangkat meliputi keterlambatan dalam pengiriman surat atau paket, barang yang rusak atau hilang, serta sikap karyawan yang dianggap kurang ramah dan kaku saat berinteraksi dengan pelanggan. Sebagai contoh, terjadi beberapa kasus dimana paket ditolak karena kemasannya tidak memenuhi standar yang diberlakukan perusahaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi standar kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada persepsi masyarakat terhadap profesionalisme kantor pos.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan diartikan sebagai tingkat sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Beberapa faktor utama yang membangun kualitas layanan mencakup kecepatan, ketepatan, keamanan, dan keandalan dalam proses distribusi barang. Bauer dan Grether (2004) menambahkan bahwa jika sistem distribusi berjalan tidak optimal, misalnya terjadi penundaan pengiriman atau kerusakan barang, maka hal itu akan memicu ketidakpuasan pelanggan dan pada akhirnya merusak reputasi perusahaan. Sebaliknya, sistem distribusi yang efektif dan efisien akan menjamin produk tiba di tangan konsumen tepat waktu dan dalam kondisi baik, sehingga menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan loyalitas.

Pelanggan yang merasakan kepuasan atas suatu layanan cenderung akan menggunakan jasa tersebut kembali dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Di sisi lain, ketidakpuasan akan mendorong pelanggan untuk beralih ke layanan pesaing. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor penentu kualitas layanan menjadi sangat penting bagi PT Kantor Pos Manado untuk mempertahankan daya saingnya.

Sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman tertua dan terbesar di Indonesia, PT Pos Indonesia (Persero) memiliki jaringan distribusi yang luas hingga ke daerah terpencil, termasuk Manado. Dengan pengalaman panjang dan reputasi yang telah terbentuk, PT Kantor Pos Manado masih menjadi pilihan masyarakat untuk mengirimkan dokumen, paket, maupun barang dagangan. Namun, pesatnya pertumbuhan e-commerce dan digitalisasi menuntut peran yang lebih besar dari Kantor Pos dalam menjamin proses pengiriman yang cepat, aman, dan terpercaya.

Tantangan nyata yang dihadapi Kantor Pos Manado terlihat terutama pada masa puncak (peak season), seperti saat menjelang Hari Raya Idul Fitri, Natal, Tahun Baru, atau liburan panjang. Pada periode tersebut, volume pengiriman mengalami peningkatan signifikan. Kondisi ini seringkali memunculkan masalah, seperti keterlambatan distribusi, keterbatasan armada, dan lonjakan keluhan dari pelanggan. Sayangnya, peningkatan keluhan ini tidak selalu diiringi dengan penambahan tenaga kerja, sehingga waktu respons menjadi lambat dan berimbas pada menurunnya kepuasan pelanggan. Selain itu, faktor non-teknis seperti

koordinasi antar unit, manajemen sumber daya manusia, dan efektivitas komunikasi internal maupun eksternal juga menjadi aspek kritis yang mempengaruhi kualitas layanan di lapangan.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat jelas bahwa kualitas layanan memainkan peran strategis dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Kantor Pos Manado”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan demikian identifikasi masalah yang dapat disimpulkan dari fenomena ini meliputi :

Berdasarkan fenomena yang diuraikan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama sebagai berikut :

### **1. Ketidaktepatan Waktu dalam Proses Pengiriman**

Proses distribusi surat dan paket seringkali tidak sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, terutama selama masa puncak seperti hari raya keagamaan dan pergantian tahun. Keterlambatan ini mengindikasikan adanya ketidakefisienan dalam manajemen logistik selama periode volume tinggi.

### **2. Ketidakefektifan Sistem Informasi Pelacakan**

Sistem yang digunakan untuk melacak kiriman belum mampu menyajikan informasi mengenai status barang secara langsung dan mutakhir. Ketiadaan pembaruan real-time ini menyebabkan ketidakpastian bagi pelanggan dalam mengetahui posisi dan estimasi kedatangan paket mereka.

### **3. Ketidakcepatan Resolusi Keluhan Pelanggan**

Proses penanganan dan penyelesaian keluhan dari pelanggan, khususnya yang terkait dengan barang hilang atau rusak, berlangsung dalam waktu yang tidak optimal. Lambatnya respon ini bertentangan dengan prinsip daya tanggap (*responsiveness*) yang merupakan elemen krusial dalam kualitas pelayanan dan berimbas pada menurunnya kepercayaan pelanggan.

#### **4. Kurangnya Keandalan dalam Proses Penanganan Barang**

Masih ditemui laporan dari pelanggan mengenai kondisi kemasan atau isi paket yang mengalami kerusakan ketika tiba di tujuan. Hal ini mengungkap kelemahan dalam prosedur penanganan, penyortiran, dan pengangkutan barang, yang pada akhirnya mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap aspek keandalan (reliability) dan jaminan (assurance) layanan.

#### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dalam sistem distribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan?
2. Faktor-faktor apa saja dalam sistem distribusi yang paling dominan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan?
3. Sejauh mana peningkatan kualitas layanan pada proses distribusi dapat berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan?

#### **1.4 Tujuan Dan Manfaat**

##### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengukur dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan distribusi yang telah mereka gunakan.
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan faktor-faktor dalam sistem distribusi yang paling tinggi diterapkan oleh perusahaan
3. Menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas layanan dalam sistem distribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan

##### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat sebagai berikut :

**1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan mutu layanan distribusi, yang pada akhirnya bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

**2. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur dan menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya di bidang ilmu Manajemen, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan jasa dan teori kepuasan pelanggan.

**3. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan sarana untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam studi kasus nyata, sekaligus menambah wawasan dan pengalaman praktis dalam melaksanakan penelitian lapangan.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen pada dasarnya merupakan suatu proses yang dilakukan dalam organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu melalui pengelolaan sumber daya yang tersedia. Terry (2010) menjelaskan bahwa manajemen terdiri atas empat fungsi utama, yakni perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (actuating), dan pengendalian (controlling). Keempat fungsi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan dijalankan secara berkesinambungan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif serta efisien.

Lebih lanjut, Robbins dan Coulter (2016) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses pengaturan aktivitas kerja sehingga setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik melalui keterlibatan orang lain. Dalam pandangan ini, efektivitas berarti keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditentukan, sedangkan efisiensi merujuk pada kemampuan meminimalkan penggunaan sumber daya, baik manusia, finansial, maupun material, untuk mencapai hasil yang optimal.

Dengan demikian, manajemen tidak hanya dipandang sebagai kegiatan administratif semata, melainkan juga sebagai seni dalam mengoordinasikan berbagai elemen yang berbeda dalam organisasi. Seorang manajer dituntut mampu merumuskan strategi, menggerakkan anggota tim, serta melakukan evaluasi agar setiap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Proses manajemen yang baik akan berdampak langsung pada produktivitas organisasi, pencapaian tujuan, serta keberlangsungan perusahaan di tengah persaingan yang dinamis.

Selain itu, manajemen juga dapat dilihat sebagai sebuah disiplin ilmu sekaligus praktik nyata. Sebagai ilmu, manajemen memberikan kerangka teori, prinsip, dan metode yang sistematis. Sebagai praktik, manajemen hadir dalam bentuk tindakan nyata di lapangan, seperti pembagian tugas, pengambilan

keputusan, dan penilaian kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen berfungsi ganda, yaitu sebagai pedoman konseptual sekaligus instrumen praktis untuk mengatur aktivitas organisasi secara keseluruhan.

## **2.1.2 Konsep Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Pengertian kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam mempertahankan eksistensi serta daya saing di tengah ketatnya persaingan industri. Secara umum, kualitas pelayanan dapat dimaknai sebagai tingkat keunggulan suatu layanan yang dirasakan langsung oleh pelanggan, yang muncul dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan secara konsisten dan berkesinambungan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi standar keunggulan yang diinginkan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka alami, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dipersepsikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan tidak hanya diukur melalui hasil akhir dari jasa yang diberikan, melainkan juga dari keseluruhan proses interaksi yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan.

### **2.1.2.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang baik tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal maupun eksternal perusahaan. Moenir (2002) mengidentifikasi beberapa faktor penting yang mendukung terselenggaranya pelayanan publik dengan baik, yaitu:

1. **Kesadaran petugas** – Tingkat kesadaran pejabat maupun karyawan dalam melayani masyarakat menjadi kunci keberhasilan suatu pelayanan.
2. **Aturan dan regulasi** – Kehadiran aturan yang jelas menjadi pedoman dalam pelaksanaan tugas sehingga mengurangi kesalahan dan ketidakpastian.
3. **Organisasi dan sistem kerja** – Struktur organisasi dan mekanisme kerja yang baik memungkinkan terciptanya alur pelayanan yang lebih teratur.

4. **Keterampilan petugas** – Kemampuan teknis dan profesionalisme petugas dalam melaksanakan tugas sangat memengaruhi persepsi pelanggan.
5. **Sarana dan prasarana** – Fasilitas yang memadai akan mendukung kelancaran proses pelayanan serta meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Selain itu, Christian Gronroos dalam Andi Riyanto (2018) menekankan empat faktor lain yang juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, yaitu:

1. **Perhatian terhadap pelanggan** – Perusahaan harus memastikan bahwa pelanggan merasakan kepuasan melalui layanan karyawan maupun sistem operasional yang efektif.
2. **Spontanitas** – Kemauan dan kesiapan karyawan dalam merespon masalah pelanggan secara cepat dan proaktif.
3. **Kemampuan penyelesaian masalah** – Petugas yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus mampu memberikan solusi sesuai standar pelayanan, yang biasanya didukung dengan pelatihan berkelanjutan.
4. **Perbaikan berkesinambungan** – Jika terjadi kendala atau masalah, perusahaan perlu memiliki mekanisme khusus untuk memperbaiki layanan sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil dari kombinasi aspek teknis, manusia, dan sistem yang bekerja secara simultan dalam organisasi.

### 2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam praktiknya, kualitas pelayanan diukur menggunakan beberapa indikator yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam model SERVQUAL, yaitu:

1. **Tangibles (Bukti fisik)** – Menunjukkan kondisi fasilitas fisik, peralatan, teknologi, media komunikasi, serta penampilan karyawan. Fasilitas yang bersih, modern, dan nyaman akan meningkatkan kesan profesionalitas perusahaan.
2. **Reliability (Keandalan)** – Menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang akurat, konsisten, serta dapat dipercaya. Dimensi ini sangat penting karena menyangkut pemenuhan janji layanan kepada pelanggan.

3. **Responsiveness (Daya tanggap)** – Menunjukkan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Pelanggan akan merasa dihargai ketika perusahaan mampu merespon kebutuhan maupun keluhan mereka secara sigap.
4. **Assurance (Jaminan)** – Berkaitan dengan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan kredibilitas karyawan dalam memberikan rasa aman serta kepercayaan kepada pelanggan.
5. **Empathy (Empati)** – Menggambarkan perhatian personal yang tulus kepada pelanggan. Perusahaan yang memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan perhatian individual akan lebih mudah membangun hubungan jangka panjang.

Kelima indikator tersebut menjadi dasar utama dalam mengukur seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan jasa, termasuk PT Kantor Pos Manado.

### **2.1.3 Konsep Kepuasan Pelanggan**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang timbul ketika pelanggan merasa bahwa kinerja produk atau layanan yang diterima sesuai bahkan melampaui harapan mereka. Pada dasarnya, kepuasan bukan hanya sebatas rasa senang atau nyaman, tetapi merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman pelanggan selama menggunakan suatu produk atau jasa. Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh seberapa seimbang antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan, baik berupa biaya, waktu, maupun tenaga. Kotler dan Keller (2021) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan terhadap suatu produk atau layanan dengan harapan awal mereka. Tjiptono (2020) menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons emosional yang muncul akibat evaluasi pengalaman konsumsi. Sementara itu, Lupiyoadi (2020) menegaskan bahwa kepuasan mencerminkan sejauh mana keinginan, kebutuhan, dan ekspektasi konsumen dapat terpenuhi melalui layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Dalam konteks layanan PT Kantor Pos, kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari kecepatan dan ketepatan pengiriman barang, tetapi juga mencakup kualitas interaksi petugas dengan pelanggan, keakuratan informasi dalam sistem pelacakan kiriman, efektivitas penanganan keluhan, serta jaminan keamanan paket yang dikirimkan. Tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas pelanggan, mengurangi jumlah keluhan, serta memperkuat citra positif perusahaan di tengah persaingan jasa pengiriman yang semakin kompetitif.

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan tidak terbentuk secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas produk maupun layanan yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2021), terdapat beberapa faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. **Kualitas produk atau layanan** – Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana kualitas produk atau jasa yang diterima sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Produk atau layanan yang konsisten dengan standar kualitas akan lebih mudah menciptakan kepuasan.
2. **Pelayanan yang diberikan** – Kecepatan, ketepatan, keramahan, serta sikap proaktif dari karyawan merupakan elemen penting yang membentuk pengalaman pelanggan. Layanan yang responsif akan menumbuhkan rasa dihargai.
3. **Faktor emosional** – Rasa bangga, aman, dan nyaman saat menggunakan suatu produk atau jasa sering kali meningkatkan kepuasan pelanggan. Unsur emosional ini berkaitan erat dengan persepsi nilai yang diterima pelanggan.
4. **Biaya dan kemudahan memperoleh layanan** – Kemudahan akses lokasi, ketersediaan saluran layanan, serta kejelasan informasi mengenai produk atau jasa berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung puas ketika merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang mereka dapatkan.

### 2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang bersifat subjektif dan multidimensi, sehingga perlu diukur dengan indikator yang tepat. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), serta diperkuat oleh Kotler dan Keller (2016), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan, yaitu:

1. **Kesesuaian harapan dengan kenyataan** – Mengukur sejauh mana pengalaman pelanggan sesuai dengan harapan awal mereka. Jika hasil layanan melebihi ekspektasi, kepuasan pelanggan akan tinggi. Sebaliknya, jika kinerja jauh di bawah harapan, maka muncul ketidakpuasan.
2. **Keinginan untuk menggunakan kembali (Repeat Purchase)** – Kepuasan tercermin melalui kecenderungan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas biasanya loyal dan tidak mudah berpindah ke penyedia lain.
3. **Keluhan atau komplain pelanggan** – Jumlah dan intensitas keluhan dapat menjadi tolok ukur kepuasan. Semakin sedikit keluhan, semakin tinggi tingkat kepuasan. Namun, tidak hanya jumlah keluhan yang penting, melainkan juga bagaimana perusahaan merespons dan menyelesaikannya.
4. **Kepuasan terhadap proses pelayanan** – Proses yang cepat, sederhana, transparan, dan tidak berbelit-belit memberikan kenyamanan bagi pelanggan.
5. **Kepuasan terhadap interaksi dengan karyawan** – Sikap ramah, kesigapan, serta kompetensi karyawan dalam melayani pelanggan berperan besar dalam membentuk kepuasan secara keseluruhan.

## 2.2. Kerangka Teoritis

### 2.2.1 Hubungan Antara Variabel *Kualitas Pelayanan (X)* Dengan Variabel *Kualitas Pelayanan (Y)*

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat fundamental dalam menilai keberhasilan sebuah perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama yang dikenal dengan model SERVQUAL, yaitu:

bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), serta empati (empathy). Kelima dimensi ini tidak hanya berfungsi sebagai indikator untuk menilai mutu pelayanan, tetapi juga sangat menentukan persepsi konsumen terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul sebagai hasil perbandingan antara kinerja nyata suatu produk atau layanan dengan harapan awal konsumen. Apabila layanan yang diterima sesuai bahkan melampaui ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, ketika kualitas pelayanan berada jauh di bawah harapan, pelanggan cenderung mengalami rasa kecewa, yang dapat menurunkan loyalitas serta menimbulkan potensi beralih ke penyedia jasa lain.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara umum bersifat positif dan signifikan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, semakin besar pula peluang tercapainya kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung sarana dan prasarana memadai akan menciptakan pengalaman positif yang berharga bagi pelanggan. Pengalaman positif ini bukan hanya menghasilkan kepuasan sesaat, melainkan juga mampu menumbuhkan loyalitas jangka panjang yang sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk—misalnya keterlambatan pengiriman, kurangnya responsivitas karyawan, atau fasilitas yang tidak memadai—dapat memicu ketidakpuasan, meningkatkan jumlah keluhan, hingga mendorong pelanggan berpindah ke pesaing.

Sejumlah penelitian sebelumnya turut memperkuat keterkaitan ini. Tjiptono (2005) menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas. Lovelock dan Wirtz (2011) bahkan menekankan bahwa dalam sektor jasa, kualitas pelayanan sering kali memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan produk inti itu sendiri dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa bagi perusahaan jasa, pelayanan bukan hanya sekadar

pendukung, melainkan menjadi elemen strategis yang menentukan keberhasilan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Kualitas pelayanan yang prima akan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas, citra positif perusahaan, serta keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

## 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Kota Bandung. Sari, Dwi (2021)</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan ( <i>tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy</i> ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi <i>reliability (keandalan layanan)</i> dan <i>responsiveness (daya tanggap karyawan)</i> memiliki pengaruh paling dominan.	Fokus pada kesamaan variabel, model, atau teori	.Fokus pada objek penelitian, lokasi, tahun, variabel tambahan/dominan, metode,dll
<i>Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Pos Indonesiaa Cabang Surabaya (Gunawan,2023)</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari semua dimensi, <i>reliability (keandalan)</i> menjadi yang paling dominan, menegaskan bahwa keakuratan layanan, ketepatan pengiriman, dan konsistensi prosedur sangat menentukan kepuasan pelanggan PT Pos Surabaya.	Sama-sama meneliti PT Pos Indonesia dan menggunakan dimensi SERVQUAL.	Lokasi penelitian Surabaya, bukan Manado; dimensi dominan adalah <i>reliability</i> , sedangkan penelitian ini berpotensi menemukan dimensi dominan yang berbeda.
<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Wulandari, 2020)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi <i>responsiveness (kecepatan dan ketanggapan layanan)</i> menjadi faktor dominan yang menentukan kepuasan nasabah bank. Dengan demikian, pelayanan yang cepat dan responsif terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan	Sama-sama menggunakan SERVQUAL dan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner.	Objek penelitian pada sektor perbankan, bukan jasa ekspedisi; dimensi dominan adalah <i>responsiveness</i> .
<i>Pengaruh Etos Kerja dan Kualitas</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa etos kerja karyawan berpengaruh secara tidak	Menggunakan pendekatan kuantitatif	Lokasi penelitian berada pada

<i>Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Sleman.</i>	langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi. Artinya, semakin baik etos kerja karyawan, maka kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkat, dan hal ini berkontribusi pada kepuasan pelanggan.	dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data	Kantor Pos yang berbeda, bukan di PT POS MANADO
<b>Arifin, M. (2022)</b> <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Yogyakarta.</i> <b>Oktaviani, F. (2018)</b>	Kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga berdampak pada loyalitas jangka panjang. Dimensi <i>reliability</i> dan <i>tangibles</i> merupakan faktor yang paling memengaruhi persepsi pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan cenderung kembali menggunakan jasa yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain.	Fokus penelitian pada sektor jasa pengiriman barang	Penelitian tersebut menekankan pada hubungan jangka panjang (Kepuasan – Loyalitas), sementara penelitian anda lebih fokus pada hubungan langsung Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan
<i>Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Pelanggan J&amp;T Express</i> (Ratnasari,2023 )	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital seperti aplikasi mobile, fitur tracking, serta kemudahan akses informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T. Konsumen merasa lebih puas ketika dapat memantau pengiriman secara real-time melalui layanan digital. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan teknologi memengaruhi persepsi kepuasan pelanggan di sektor ekspedisi.	Sama-sama meneliti jasa ekspedisi dan menggunakan metode kuantitatif.	Fokus pada kualitas layanan digital (aplikasi, tracking), sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada layanan langsung PT Pos.
<i>Analisis Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia Cabang Wonoayu Sidoarjo.</i> <b>Oktaviana &amp;</b>	Dimensi <i>responsiveness</i> , <i>empathy</i> , dan <i>assurance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> sudah baik tetapi masih ada kekurangan kecil.	Sama-sama menjadi Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel terikat (Y)	Dimensi dominan yang ditemukan berbeda: Penelitian ini menekankan <i>Responsiveness</i> dan <i>Empathy</i> , Sementara penelitian anda

<b>Lestari (2021)</b>			berpotensi menghasilkan dimensi dominan lain
<i>Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di PT Pos Indonesia Cabang. CipanasOktaviana &amp; Lestari (2021)</i>	Dimensi <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , dan <i>assurance</i> mendapat penilaian baik. Namun dimensi <i>tangible</i> dan <i>empathy</i> masih lemah, terutama pada aspek fasilitas fisik dan perhatian personal.	Sama – sama menggunakan <i>SERVQUAL</i> sebagai alat ukur kualitas pelayanan	Fokus pada cabang cipanas dengan sampel 100 responden, metode deskriptif kuantitatif
<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia Cabang Manado Lasut (2025)</i>	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; aspek <i>responsiveness</i> paling dominan.	Sama-sama menuji pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	Lokasi berbeda (Manado), metode kuantitatif dengan analisis regresi.

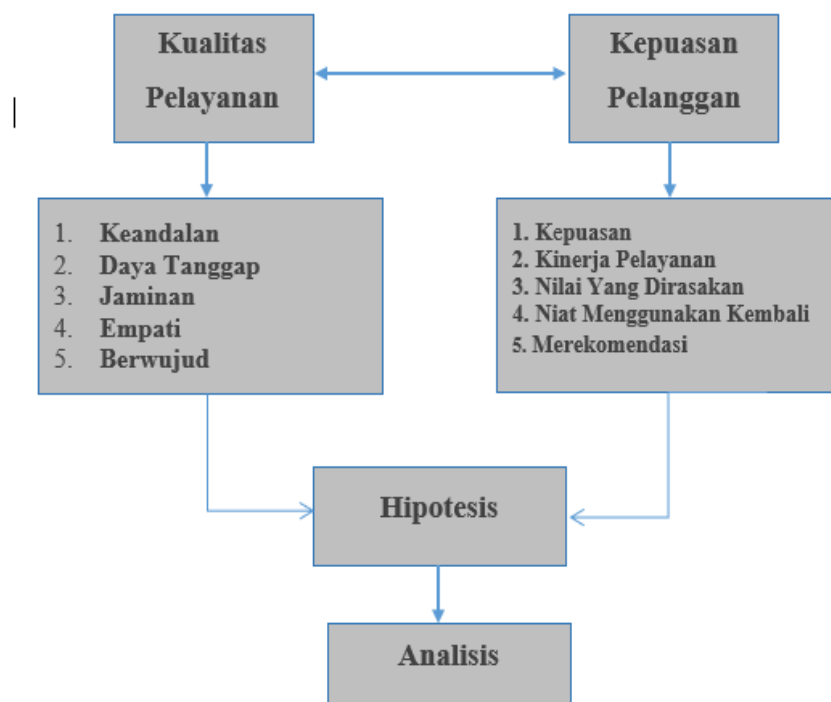
Sumber : Internet 2025

Berdasarkan tabel di atas, Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap studi-studi sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Kajian ini berfungsi untuk mengetahui sejauh mana isu penelitian telah dibahas, menemukan celah penelitian (*research gap*), memperkuat dasar teori, serta memberikan arah dalam penyusunan hipotesis. Oleh karena itu, penelitian terdahulu tidak hanya dipaparkan secara deskriptif, tetapi juga dikaji secara analitis dengan memperlihatkan kesamaan, perbedaan, dan kontribusinya terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa kualitas layanan PT Pos Indonesia sudah cukup baik, namun masih terdapat aspek yang perlu diperbaiki. Dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* umumnya menjadi faktor yang paling menentukan kepuasan pelanggan, sedangkan aspek *tangibles* dan *empathy* masih sering menjadi kelemahan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk melengkapi studi sebelumnya dengan mengkaji lebih

jauh hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta memberikan masukan strategis bagi PT Pos Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

## 2.4 Kerangka Berpikir



**Gambar 2.4**  
**Kerangka Berpikir**

*Sumber : Data diolah peneliti*

## 2.5 Hipotesis

Menurut Nazir (2017), hipotesis adalah pernyataan sementara mengenai hubungan antarvariabel yang menjadi objek penelitian. Sementara itu, Kerlinger (2006) menyebutkan bahwa hipotesis adalah dugaan atau prediksi yang bersifat sementara dan dapat diuji kebenarannya dengan data yang terukur.

H<sub>0</sub>: Secara bersama-sama, dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>1</sub>: Secara bersama-sama, dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

### a. **Bukti Fisik (Tangible)**

H<sub>01</sub>: Aspek bukti fisik (tangible) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>11</sub>: Aspek bukti fisik (tangible) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

### b. **Keandalan (Reliability)**

H<sub>02</sub>: Aspek keandalan (reliability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>12</sub>: Aspek keandalan (reliability) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

### c. **Daya Tanggap (Responsiveness)**

H<sub>03</sub>: Aspek daya tanggap (responsiveness) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>13</sub>: Aspek daya tanggap (responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

### d. **Jaminan (Assurance)**

H<sub>04</sub>: Aspek jaminan (assurance) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>14</sub>: Aspek jaminan (assurance) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

e. **Empati (Empathy)**

H<sub>05</sub>: Aspek empati (empathy) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

H<sub>15</sub>: Aspek empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kantor Pos Manado.

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di PT Kantor Pos Cabang Utama Manado, Berada di Jalan Sam Ratulangi No.23, Wenang Utara, Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara 95000 Waktu penelitian dimulai Juli-Agustus

**Tabel 3.1**  
**Alokasi Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Kegiatan	Waktu	Keterangan
Observasi dan Pengajuan Judul	Januari – Juni 2025	Peneliti dan Panitia
Bimbingan Proposal	Juli 2025	Dosen Pembimbing
Ujian Dan Perbaikan Proposal	Agustus 2025	Panitia Dan Peneliti
Pengumpulan Dan Pengolahan Data Hasil Penelitian	September 2025	Peneliti
Bimbingan Dan Penyusunan	September 2025	Peneliti, Pembimbing 1 & Pembimbing 2
Ujian Skripsi dan Perbaikan Skripsi	September 2025	Panitia Dan Peneliti

### 3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

#### 3.2.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis Penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu, variabel yang mempengaruhi (variabel independent) dan variabel yang dipengaruhi (variabel dependent). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Kualitas Pelayanan* dan variabel bebas (independent) terhadap *Kepuasan Pelanggan* variabel terikat (dependent)

### 3.2.2 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### 1) Metode Deskriptif

Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran terhadap dua variabel utama yaitu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan*

#### 2) Metode Penelitian Lapangan

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan* pada pengguna layanan di PT.Kantor Pos Cabang Utama Manado.

#### 3) Metode Penelitian Kepustakaan

Alasan penulis memilih metode ini karena metode ini berguna untuk menjelaskan suatu situasi yang akan diteliti dan menarik kesimpulan dari fenomena yang akan diamati didukung dengan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa penelitian dalam membuat kesimpulan.

### 3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis data

Skala pengukuran variabel penelitian ini untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian, maka dari itu penulis menggunakan dua jenis data, yaitu:

#### 1) Data Primer

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai *Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan* pada PT.Kantor Pos Cabang Utama Manado

#### 2) Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, yang sudah dikumpulkan dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis, Wiratna,

(2012:421). Data ini berupa gambaran umum instansi, seperti profil instansi, jenis-jenis layanan produk digital milik PT Kantor Pos Manado.

### 3.3.2 Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan fokus penelitian. Data yang dikumpul nantinya akan menjadi dasar dalam melakukan analisis dan penarikan kesimpulan.

1. **Observasi**, yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan* pengguna layanan di PT. Kantor Pos Cabang Utama Manado.
2. **Kuesioner**, merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kuesioner tersebut disebar secara daring menggunakan platform Google Form, dan dibagikan langsung oleh peneliti menggunakan layanan PT Kantor Pos Cabang Utama Manado.
3. **Kajian Pustaka** Merupakan Penelitian mencari sekumpulan penjelasan terkait dengan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dari sumber-sumber seperti buku-buku melalui studi pustaka dan internet, yang berkaitan dengan penelitian.

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Jumlah keseluruhan populasi yang tercatat pada bulan Februari-Mei 2025 di PT. Kantor Pos Manado 350 Populasi. Populasi tersebut terdiri dari pelanggan aktif dan pelanggan pasif.

Hernaeny, 2021:33). Dalam Penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

### 3.4.2 Sampel

Sampel menurut sugiyono (2013:81), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, berupa *Purposive Sampling*. Dimana setiap pengguna pada PT. Kanor Pos Manado,. dapat dijadikan sebagai sampel. *Non Probability Sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi saat dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 36 respondem.

Menurut Sugiyono (2019:136) dalam Giyan A'yuni *et al*, (2021) menjelaskan apabila populasi penelitian tidak diketahui secara pasti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan melakukan rumus Slovin. Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin maka didapati hasil sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : margin of error

cat : apabila sampel yang dibutuhkan batas toleransi 5% maka dapat dihitung sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{350}{1 + 350 \cdot (0,158)^2}$$

$$n = \frac{350}{1 + 350e^2} =$$

$$n = \frac{350}{1 + 12.600 e^2} =$$

$$n = \frac{350}{12.600 e^2} =$$

$$e^2 = \frac{314}{12.600} \approx 0,02492$$

$$e = \sqrt{0,02492} \approx 0,158 (15,8\%)$$

$$350 - 15,8\% = 36 \text{ Responden}$$

### 3.5 Definisi Oprasional Variabel dan Indikator Penelitian

#### 3.5.1 Definisi Oprasional Variabel *Kualitas Pelayanan (X)*

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan seorang layanan dalam sistem distribusi didefinisikan sebagai sejauh mana sistem distribusi diterapkan oleh perusahaan mampu memberikan layanan secara efektif dan efisien, sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas Layanan dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut: 1) Keandalan, 2) Daya tanggap, 3) jaminan, 4) Empati, 5) Berwujud. Dapat dilihat pada Tabel 3.2 kisi-kisi Instrumen Kualitas layanan dibawah ini

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Playanan(X)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kualitas Pelayanan Berry Tjiptono (2016)	1. <i>Keandalan</i>	a. Ketepatan waktu pengiriman barang sesuai jadwal	1
		b. Kosisten layanan dalam setiap proses pengiriman	2 3
		c. Staf kantor Pos memberikan layanan yang kosisten	
	2. <i>Daya Tanggap</i>	a. Memberikan informasi jelas kepada planggan	4
		b. Petugas memberikan solusi jika terjadi masalah pada paket terjadi masalah pada paket	5
	3. <i>Jaminan</i>	a. Rasa aman dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan pengiriman	6
		b. Kemampuan petugas dalam menjalankan tugas layanan	7
	4. <i>Empati</i>	a. Kepedulian petugas terhadap pelanggan yang mengalami kendala	8
		b. Sikap ramah dan komunikatif petugas dalam layanan	9
	5. <i>Bukti fisik</i>	a. Fasilitas fisik seperti ruang tunggu, loket dan perlengkapan layanan yang bersih dan nyaman	10
		b. Sarana dan prasarana perusahaan bukti dari pelayana	11

Sumber : Fandy Tjiptono (2016)

### 3.5.2 Definisi Oprasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi pelanggan atas pengalaman mereka terhadap layanan distribusi yang diberikan, dibandingkan dengan harapan awal sebelum menggunakan layanan tersebut. Jika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka akan timbul rasa puas. Dapat dilihat pada Tabel 3.3 kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan dibawah ini

**Tabl 3.3**  
**Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kepuasan Pelanggan Kotler&Keller, K. L. (2016)	1. <i>Kepuasan</i>	a. Pelayanan Yang Maksimal	1
		b. Pengalaman Yang Menggunakan Layanan Sesuai expetasi	2
	2. <i>Kinerja Pelayanan</i>	a. Pelayanan diberikan secara profesional dan ramah	3
		b. Kualitas layanan memenuhi kebutuhan pelanggan	4
	3. <i>Nilai Yang Dirasakan</i>	a. Biaya layanan sebanding dengan manfaat yang diperoleh	5
		b. Pelanggan merasa layanan memberikan nilai lebih	6
	4. <i>Niat Menggunakan Kembali</i>	a. Pelanggan memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan distribusi Pos	7
		b. Pelanggan mempercayai layanan Kantor Pos untuk pengiriman berikutnya	8
	5. <i>Merekomendasi</i>	a. Pelanggan bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain	9
		b. Pelanggan menyampaikan pengalaman positif tentang layanan kepada lingkungan	10

Sumber : Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016)

### 3.6 Pengukuran Variabel

Adapun skala pengukuran variabel *Kualitas Pelayanan* (X), Terhadap *Kepuasan Pelanggan* (Y) yang dipakai dalam menganalisa data. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket. Kisi-kisi angket kemudian dijabarkan kedalam dimensi variabel dan indikator. Dari indikator-indikator tersebut selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrument Penelitian.

Pengukuran variabel *Kualitas Pelayanan* (X), Terhadap *Kepuasan Pelanggan* (Y) yang digunakan oleh Peneliti untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2009:107), menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam Penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh Peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel Penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai tersebut kemudian akan dijadikan variabel penilaian. Bobot jawaban responden diberi nilai rinci sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5
- b) Setuju diberi (S) bobot 4
- c) Kurang Setuju (KS) diberi bobot 3
- d) Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

### 3.7 Metode Analisis

Untuk menganalisis pengaruh variabel *Kualitas Pelayanan* (X), Terhadap *Kepuasan Pelanggan* (Y) digunakan analisis korelasi dan regresi linier berganda merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variabel independen dengan beberapa variabel dependen. Proses data menggunakan program Software komputer SPSS 26. SPSS 26 merupakan

paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. SPSS dapat memakai hampir dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, *chart* (grafik), *plot* (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks.

### 3.7.1 Statistik Deskriptif

Menghitung serta menggambarkan penyebaran semua jawaban responden dalam angket Penelitian berdasarkan variabel Penelitian serta mengetahui seberapa baik penyebaran data X, dan Y berdasarkan hasil Penelitian dengan menghitung nilai ukuran pemusatan data (*Central tendency*) seperti rata-rata, median, modus, kisaran standar deviasi diungkapkan untuk memperjelas deskripsi responden.

### 3.7.2 Total Skor

Menghitung semua jawaban responden dalam angket Penelitian serta mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap instrument yang dijalankan. Total skor juga bisa menggambarkan seberapa baik variabel Penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Biasanya untuk mengukur Total Skor dengan menggunakan ukuran *Quartil* dan Rumus *Prosentase* sebagai berikut :

$$\text{TOTAL SKOR} = \frac{n}{N} \times 100$$

Untuk mengukur jawaban rata-rata instrumen dari masing-masing jawaban responden, terhadap variabel *Kualitas Pelayanan (X)*, Terhadap *Kepuasan Pelanggan (Y)*. maka menggunakan rentang skala untuk kategori nilai rata-rata skor jawaban sebagai berikut

**Tabel 3.4**  
**Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban**

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Tidak Baik	TB
2	1,81 – 2,61	Kurang Baik	KB
3	2,62 – 3,40	Cukup Baik	CB
4	3,41 – 4,21	Baik	B
5	4,22 – 5,00	Sangat Baik	SB

Sumber : Sugiyono 2010

### 3.7.3 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu melakukan pengujian kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang dilakukan untuk meyakini kualitas data yang diperoleh, yang terdiri dari pengujian validitas dan pengujian validita.

#### 3.7.3.1 Uji Validitas

Validitas adalah sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Demikan juga kuesioner riset. Kuesioner riset dikatakan valid apabila instrument tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang di teliti. Suliyanto (2009:146)

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

Keterangan:

$r_{hitung}$  : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

$\sum X_i$  : Jumlah skor item

$\sum Y$  : Jumlah skor total (seluruh item)

**Tabel 3.5**

**Uji Validitas Instrumen Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	VALIDITAS	STAT PRODUK MOMENT (r)	KETERANGAN
1	ITEM 1	0,7001	0,329	VALID
2	ITEM 2	0,7239	0,329	VALID
3	ITEM 3	0,7296	0,329	VALID
4	ITEM 4	0,8417	0,329	VALID
5	ITEM 5	0,7867	0,329	VALID
6	ITEM 6	0,7933	0,329	VALID
7	ITEM 7	0,7179	0,329	VALID
8	ITEM 8	0,6585	0,329	VALID
9	ITEM 9	0,8444	0,329	VALID
10	ITEM 10	0,6775	0,329	VALID

Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025

Berdasarkan Tabel 3.5, pengukuran validitas variabel *Kualitas Pelayanan* (X) dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan jumlah responden sebanyak 36 orang. Berdasarkan Tabel Product Moment, diperoleh nilai  $r$  tabel (0,05; 36) sebesar 0,329. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasinya lebih besar dari 0,329. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen pada variabel *Kualitas Pelayanan* (X) memiliki nilai korelasi di atas  $r$  tabel (0,329), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen tersebut valid. Dengan demikian, variabel *Kualitas Pelayanan* (X) layak digunakan sebagai variabel penelitian.

### 1. Uji Validitas Instrumen Jawaban Kepuasan Pelanggan(Y)

Untuk jelasnya validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pertanyaan sebagai berikut:

**Tabel 3.6**

**Uji Validitas Instrumen Jawaban Variabel Kepuasan Planggan (X)**

INDIKATO R	ITEM PERTAYAA N	VALIDITA S	STAT PRODUK MOMENT (r)	KETERANGAN
1	ITEM 1	0,8366	0,329	VALID
2	ITEM 2	0,8216	0,329	VALID
3	ITEM 3	0.8678	0,329	VALID
4	ITEM 4	0,9304	0,329	VALID
5	ITEM 5	0,7374	0,329	VALID

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

Berdasarkan Tabel 3.6, pengukuran validitas variabel Kepuasan Pelanggan(Y) dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan jumlah responden sebanyak 36 orang. Berdasarkan Tabel Product Moment, diperoleh nilai  $r$  tabel (0,05; 36) sebesar 0,329. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasinya lebih besar dari 0,329. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen pada variabe Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki nilai korelasi di atas  $r$  tabel (0,329), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen

tersebut valid. Dengan demikian, variabel Kepuasan Pelanggan(Y) layak digunakan sebagai variabel penelitian.

### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. (Wiratna, 2012:186).

Sebuah instrumen pengukuran dapat dikategorikan sebagai alat yang baik jika mampu menghasilkan data yang konsisten setiap kali digunakan untuk mengukur objek yang sama, dengan asumsi bahwa kondisi pengukuran tetap stabil. Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen (kuesioner) diuji menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ) Cronbach. Berdasarkan kriteria yang berlaku, sebuah kuesioner dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas sedang apabila memperoleh nilai koefisien  $\alpha$  Cronbach antara 0,5 hingga 0,6.

$$r\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k-1)r}$$

Keterangan:

$\alpha$  = Keandalan *alpha Cronbach*

r = Rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

k = Jumlah butir pertanyaan dalam skala

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Uji reliabilitas dari variabel *Kualitas Pelayanan (X)* dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 3.7**

#### **Reliabilitas Variabel *Kualitas Pelayanan (X)***

Variabel	Cronbach's Alpha	Items
Kualitas Pelayanan(X)	905	Reliabel

---

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26 tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.7, dapat diketahui bahwa variabel *Kualitas Pelayanan (X)* memiliki koefisien reliabilitas yang memadai sehingga layak dijadikan alat ukur dalam penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai reliabilitas variabel Gaya Kepemimpinan adalah 0,995, yang berarti lebih tinggi dari batas minimum 0,6. Dengan demikian, variabel *Kualitas Pelayanan (X)* dapat dinyatakan reliabel.

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

Uji reliabilitas dari variabel *Kepuasan Pelanggan(Y)* dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3.8**  
**Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)**

Variabel	Cronbach's Alpha	Items
Kepuasan Pelanggan(Y)	892	Reliabel

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26 tahun 2025*

Berdasarkan Tabel 3.8, dapat diketahui bahwa variabel *Kepuasan Pelanggan(Y)* memiliki koefisien reliabilitas yang memadai sehingga layak dijadikan alat ukur dalam penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai reliabilitas variabel *Kepuasan Pelanggan* adalah 0,892, yang berarti lebih tinggi dari batas minimum 0,6. Dengan demikian, variabel *Kepuasan Pelanggan(Y)* dapat dinyatakan reliabel.

### 3.7.4 Analisis Korelasi

Untuk menganalisis derajat hubungan antara variabel bebas (*kualitas pelayanan/X*) dan variabel terikat (*kepuasan pelanggan/Y*), penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi. Teknik yang diterapkan adalah analisis korelasi sederhana dan berganda dengan mengikuti format formula Pearson.

$$\frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$r$  = Rata-rata korelasi diantara nutir pertanyaan

$n$  = Banyaknya pasangan antara X dan Y

$\sum x$  = Total jumlah dari variabel X

$\sum y$  = Total jumlah dari Variabel Y

$\sum X^2$  = Kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum xy$  = Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan Y

**Tabel 3.9**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup Kuat
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono (2006:250)*

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

Dimana :

KP = Nilai Koefisien Determinan

$r$  = Nilai Koefisien korelasi *multiple*

### 3.7.5 Analisis Regresi Linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah sebuah model statistik yang memetakan hubungan antara satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan arah hubungan (apakah positif atau negatif) serta untuk memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X). Berikut adalah formula persamaan regresi linier sederhana:

$$Y = a + b.X$$

Dimana:

$Y$  = variabel terikat (dependent)

$X$  = variabel bebas (independent)

$a$  = konstanta/intersep

$b$  = koefisien Regresi

$x$  = variabel independent

### 3.7.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel bebas yaitu Kualitas pelayanan ( $X$ ) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan dengan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel: Tahapan pengujian  $t$  adalah sebagai berikut:

Hipotesis

- o  $H_0$ : Kualitas Pelayanan ( $X$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
- o  $H_1$ : Kualitas Pelayanan ( $X$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumn( $Y$ ).

Penentuan Tingkat Signifikan : Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  (0,05).

Kriterian Keputusan.

- o Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- o Jika nilai  $t$  hitung  $\leq$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Sejarah keberadaan layanan pos di Indonesia memiliki akar panjang yang erat kaitannya dengan perkembangan pemerintahan kolonial Belanda serta dinamika perdagangan internasional pada masa itu. Cikal bakal lahirnya layanan pos nasional dimulai pada 26 Agustus 1746, ketika Gubernur Jenderal G.W. Baron van Imhoff mendirikan kantor pos pertama di Batavia (sekarang Jakarta). Pendirian kantor pos ini memiliki tujuan utama untuk menjamin keamanan dan kelancaran komunikasi tertulis, khususnya bagi para pedagang dan saudagar yang melakukan aktivitas di luar Pulau Jawa maupun mereka yang menjalin hubungan perdagangan dengan Belanda. Dalam konteks itu, keberadaan kantor pos tidak hanya dimaknai sebagai sarana pengiriman surat, tetapi juga sebagai instrumen vital yang menunjang kegiatan ekonomi, administrasi pemerintahan, serta hubungan diplomatik.

Empat tahun kemudian, kantor pos kedua didirikan di Semarang untuk menghubungkan Batavia dengan pusat-pusat perdagangan di Jawa. Jalur distribusi surat melalui Karawang, Cirebon, dan Pekalongan pun dibuka untuk mempercepat arus informasi. Hal ini menegaskan bahwa sejak awal, layanan pos memainkan peran fundamental sebagai infrastruktur komunikasi yang mendukung aktivitas perdagangan dan mobilitas masyarakat.

Seiring perkembangan waktu, status kelembagaan pos di Indonesia mengalami beberapa kali transformasi, menyesuaikan dengan kebutuhan zaman. Pada awalnya, institusi ini berstatus sebagai Jawatan PTT (Post, Telegraph, dan Telephone) dengan orientasi non-komersial yang lebih menekankan pelayanan publik. Layanan pos saat itu tidak hanya terbatas pada pengiriman surat, tetapi juga mencakup layanan telegraf dan telepon sebagai bentuk modernisasi sistem komunikasi. Namun, seiring meningkatnya kompleksitas kebutuhan masyarakat, status ini diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).

Transformasi ini menandai dimulainya pengelolaan layanan pos dengan pendekatan lebih komersial, meskipun fungsi pelayanan publik tetap dipertahankan.

Pada tahun 1965, dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan meningkatnya kebutuhan layanan finansial berbasis pos, institusi ini kembali berubah status menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro). Kehadiran layanan giro memperkuat posisi pos tidak hanya sebagai penyedia jasa pengiriman, tetapi juga sebagai penyedia layanan keuangan sederhana yang dapat diakses masyarakat luas, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau layanan perbankan.

Selanjutnya, pada tahun 1978, statusnya ditingkatkan menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro, yang ditetapkan sebagai badan usaha tunggal penyelenggara layanan pos dan giropos, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Keberadaan Perum Pos dan Giro pada masa itu mempertegas posisi strategisnya sebagai salah satu tulang punggung sistem komunikasi dan layanan keuangan Indonesia.

Setelah berstatus Perum selama 17 tahun, akhirnya pada 20 Juni 1995, lembaga ini kembali mengalami transformasi besar dengan berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT) Pos Indonesia (Persero). Perubahan ini sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam melakukan restrukturisasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dengan tujuan agar Pos Indonesia dapat dikelola secara lebih profesional, efisien, serta mampu bersaing di pasar jasa pengiriman yang semakin terbuka.

Selain perubahan status kelembagaan, terdapat pula sejumlah tonggak sejarah penting dalam perjalanan PT Pos Indonesia, antara lain:

#### **1746 - Kantor Pos Pertama**

Sejarah panjang Pos Indonesia berawal dari dibukanya kantor pos pertama di Batavia (Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W. Baron van Imhoff pada 26 Agustus 1746. Tujuan pendiriannya adalah untuk mengamankan pengiriman surat, terutama bagi komunitas pedagang di luar Jawa dan warga yang bepergian ke dan dari Belanda. Sejak saat itulah, layanan pos hadir dengan fungsi utamanya untuk melayani publik

### **1875 - POSTEN TELEGRAFDIENST**

Pada tahun ini dinas pos disatukan dengan dinas telegraf dengan status jawatan dengan nama POSTEN TELEGRAFDIENST.

### **1877 - Union Postale Universell**

Sejak pemerintahan kolonial dinas pos pemerintahan Belanda sudah berhubungan dalam pengiriman surat dan barang secara internasional, sehingga tercatat sebagai anggota Union Postale Universelle (UPU).

### **1945 - Hari Bakti POSTEL**

Pada saat pendudukan Jepang di Indonesia, jawatan PTT dikuasai oleh militer Jepang, 27 September 1945 ADi era pendudukan Jepang, institusi PTT sempat dikuasai oleh pihak militer Jepang. Namun, pada tanggal 27 September 1945, kendali atas jawatan ini berhasil diambil alih oleh Angkatan Muda PTT dan diubah namanya secara resmi menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia. Untuk mengenang momen penting tersebut, setiap tahunnya diperingati sebagai Hari Bakti PTT atau Hari Bakti POSTEL. Angkatan Muda PTT mengambil alih kekuasaan PTT dan secara resmi berubah menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia. Peristiwa tersebut diperingati menjadi hari bakti PTT atau hari bakti POSTEL.

### **1965 - PN Pos dan Giro**

Menyikapi perkembangan zaman yang ditandai dengan pesatnya kemajuan sektor pos dan telekomunikasi, maka pada tahun 1965 statusnya berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro).

### **1978 - Perusahaan Umum Pos dan Giro**

Dan pada tahun 1978, berubah menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri.

### **1995 - PT Pos Indonesia (Persero)**

Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum. Pada tanggal 20 Juni 1995, berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Memasuki era modern, PT Pos Indonesia terus berinovasi dengan memanfaatkan infrastruktur jaringan yang luas. Saat ini, perusahaan ini memiliki sekitar 24.000 titik layanan yang tersebar di seluruh Indonesia, mencakup 100% kota/kabupaten, hampir seluruh kecamatan, 42% kelurahan/desa, serta menjangkau 940 lokasi transmigrasi terpencil. Keberadaan jaringan ini menjadikan Pos Indonesia sebagai salah satu penyedia jasa dengan cakupan paling luas di tanah air. Lebih dari 4.800 kantor pos beroperasi aktif, dan beberapa di antaranya telah dilengkapi dengan layanan *electronic mobile pos* di kota-kota besar. Seluruh titik layanan ini terhubung secara terintegrasi, membentuk rantai distribusi yang solid untuk mendukung kelancaran pengiriman.

Untuk menunjang akurasi dan kecepatan proses pengiriman, Pos Indonesia juga mengembangkan Sistem Kode Pos yang memungkinkan identifikasi wilayah secara spesifik. Kehadiran kode pos ini tidak hanya mempermudah distribusi barang, tetapi juga menjadi salah satu fondasi bagi perkembangan logistik modern di Indonesia.

Di tengah perkembangan teknologi digital dan meningkatnya transaksi e-commerce, PT Pos Indonesia terus bertransformasi menjadi perusahaan jasa modern yang tidak hanya mengandalkan pengiriman surat, tetapi juga memperluas layanan ke bidang logistik, keuangan, dan bisnis berbasis teknologi informasi. Hal ini menunjukkan kemampuan Pos Indonesia dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, sekaligus mempertahankan perannya sebagai salah satu institusi tertua yang tetap relevan hingga saat ini.

Dengan sejarah panjang sejak abad ke-18 hingga era digital, Pos Indonesia telah melalui berbagai fase perubahan, mulai dari lembaga non-komersial hingga menjadi perusahaan modern berbentuk perseroan. Perjalanan panjang tersebut membuktikan ketangguhan Pos Indonesia dalam menghadapi perubahan zaman sekaligus menegaskan kontribusinya dalam membangun sistem komunikasi, distribusi, dan layanan publik di Indonesia.

#### **4.1.1.2 Makna dan Logo Perusahaan**

Arti dan Makna Logo PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu :



**Gambaran 4.1**

**Logo PT Pos Indonesia (Persero)**

*Sumber : Website PT.Pos Indonesia (Persero)*

Selama hampir tiga abad, Pos Indonesia telah memainkan peran yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai institusi yang menjadi tulang punggung komunikasi dan distribusi, keberadaannya tidak hanya sebatas penyedia jasa pengiriman, tetapi juga telah menyatu dalam keseharian masyarakat, baik individu maupun korporasi. Peran tersebut menjadikan PT Pos Indonesia sebagai bagian integral dari infrastruktur sosial-ekonomi Indonesia, yang terus berkembang mengikuti dinamika zaman.

Namun demikian, perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup masyarakat, serta meningkatnya kompleksitas industri logistik melahirkan tantangan baru yang tidak sederhana. Salah satu tantangan mendasar adalah bagaimana menciptakan sinergi yang optimal di antara para pemangku kepentingan dalam ekosistem logistik nasional. Integrasi infrastruktur dan pemanfaatan teknologi modern menjadi keharusan, agar Pos Indonesia tetap mampu menjawab kebutuhan distribusi yang semakin dinamis.

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, lahirlah PosIND, yang merepresentasikan transformasi dan semangat baru PT Pos Indonesia dalam menghadapi era modern. PosIND bukan sekadar entitas bisnis, tetapi hadir sebagai mitra strategis yang berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan dunia usaha sekaligus memperkuat peran logistik nasional. Dengan mengusung semangat kolaborasi dan integrasi, PosIND bertekad membangun sinergi logistik yang kuat,

sehingga mampu berperan sebagai salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Kehadiran PosIND diharapkan dapat menjadi katalisator perubahan yang membawa industri logistik nasional menuju masa depan yang lebih kompetitif, modern, dan berkelanjutan.

Secara filosofis, logo PosIND mengandung makna sebagai berikut:

1. **“Pos”**

Mengambil akar dari nama **Pos Indonesia**, bagian ini melambangkan warisan panjang sekaligus kepercayaan yang telah dibangun sejak berabad-abad. Kata "Pos" juga menjadi representasi aspirasi perusahaan untuk terus berkembang sebagai penyedia solusi logistik terpadu yang **andal, efisien, dan terpercaya** bagi seluruh masyarakat Indonesia.

2. **“IND”**

Merupakan singkatan dari *Integrated National Distribution*. Kata **Integrated** mencerminkan prinsip dasar sinergi, kolaborasi, serta keterhubungan antar jaringan layanan pos dan logistik di seluruh Indonesia. Sementara itu, **National Distribution** menegaskan dedikasi perusahaan untuk menjangkau seluruh wilayah nusantara, dari pusat kota hingga pelosok terpencil, sebagai wujud komitmen dalam mendukung mobilitas ekonomi nasional.

3. **“Logistik Indonesia”**

Frasa ini berfungsi sebagai penegas identitas sekaligus tujuan utama perusahaan. Tidak hanya sebatas penyedia jasa, Pos Indonesia ingin menegaskan dirinya sebagai ikon layanan logistik nasional, yang menjadi kebanggaan bangsa Indonesia. Pernyataan ini sekaligus mencerminkan komitmen PT Pos Indonesia untuk mendukung kedaulatan ekonomi melalui sistem distribusi yang mandiri dan berdaya saing tinggi.

Dengan demikian, makna dan logo PosIND tidak hanya menggambarkan identitas visual perusahaan, tetapi juga mencerminkan arah strategis dan filosofi bisnis yang dipegang PT Pos Indonesia dalam menghadapi persaingan global. Logo ini menjadi simbol transformasi, keberlanjutan, serta dedikasi perusahaan dalam

membangun ekosistem logistik nasional yang kokoh, inovatif, dan berorientasi pada pelayanan masyarakat luas.

#### **4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan**

Nama Perusahaan : PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang  
Utama Manado

Alamat Kantor : Jl. Sam Ratulangi No. 23 Kota Manado 95111

Telepon : (0431) - 862007

#### **4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

##### **Visi**

Menjadi Penyedia Layanan Kurir, Logistik, dan Keuangan yang Paling Kompetitif dan Unggul di Sektor Pos.

##### **Misi**

1. Mengembangkan Produk yang Relevan: Menghadirkan portofolio produk dan layanan yang inovatif dan selaras dengan dinamika serta kebutuhan pasar.
2. Menyediakan Layanan Unggul: Memberikan pengalaman layanan pelanggan terbaik yang unggul dalam kecepatan, keandalan, dan kepuasan.
3. Mengoptimalkan Efisiensi Operasional: Menjalankan seluruh proses bisnis dengan prinsip efisiensi dan produktivitas tinggi untuk menciptakan nilai tambah.
4. Memperkuat Fondasi Teknologi dan SDM: Membangun infrastruktur teknologi informasi yang canggih dan mengembangkan modal manusia (human capital) yang profesional serta andal.
5. Menerapkan Tata Kelola yang Kuat: Memperkuat sistem pengendalian internal, tata kelola perusahaan (governance), dan manajemen risiko guna mencapai tingkat kematangan organisasi yang dapat menjamin tercapainya tujuan perusahaan secara berkelanjutan.

#### **4.1.4 Sumber Daya Perusahaan**

Pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama (KCU) Manado, keberadaan sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting dalam

menunjang keberhasilan operasional perusahaan. SDM yang dimiliki tidak hanya bertugas menjalankan fungsi administratif, tetapi juga bertanggung jawab dalam memastikan kelancaran pelayanan kepada masyarakat, mulai dari pengelolaan pengiriman hingga manajemen internal perusahaan. Jumlah karyawan yang ada mencerminkan kapasitas organisasi dalam mengelola aktivitas bisnis yang semakin kompleks, terutama di tengah tuntutan peningkatan kualitas pelayanan publik.

Secara keseluruhan, PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado memiliki 32 orang karyawan yang tersebar pada berbagai posisi strategis, baik di tingkat pimpinan maupun pelaksana. Struktur sumber daya manusia ini memungkinkan pembagian kerja yang lebih terarah, sehingga setiap unit dapat berfokus pada tugas dan tanggung jawab masing-masing. Rincian posisi karyawan pada KCU Manado dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Sumber Daya Manusia**

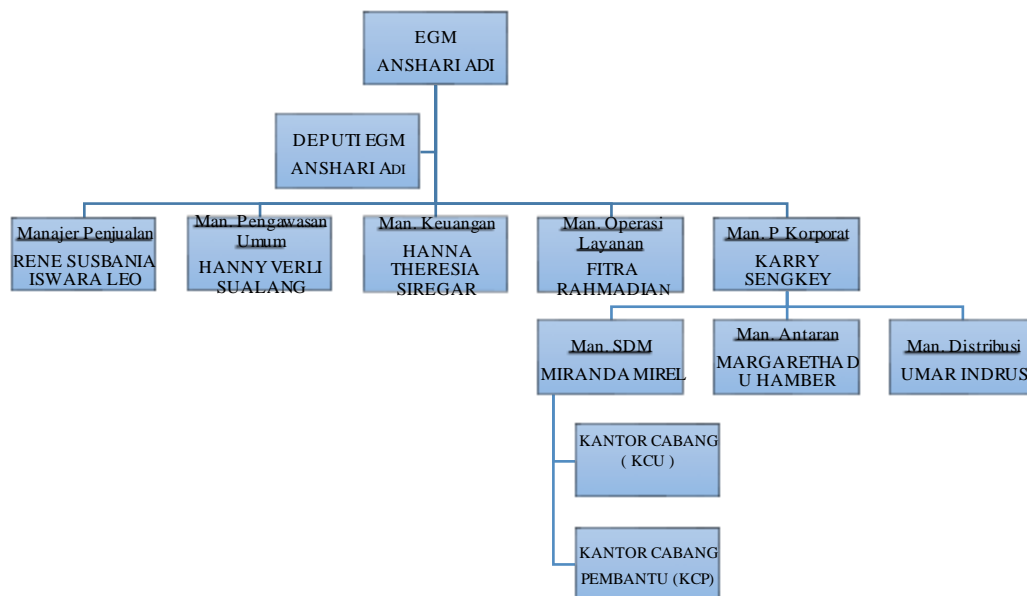
No	NAMA	JABATAN
1	Anshari Marina	Executive General Manager
2	Irene Sesbania Iswara Leo	Manajer
3	Raemmy Maisya	Manajer
4	Hanni Varli Sualang	Manajer
5	kary sengkey	Manajer
6	margaretha daiana lina hamber	Manajer
7	umar idrus	Manajer
8	fitra rachnadian	Manajer
9	miranda mairel	Manajer
10	mayyer alexsander kusenaa	Asman 2023
11	daeyn yorianastes andaria	Asman 2023
12	thenly nixon makarau	Pelaksanaan Mandor
13	demsi weldy rawis	Pelaksanaan Staf
14	syafrudin daico	Pelaksanaan Mandor
15	franky ferdinan kandou	Pelaksanaan Staf
16	christanty dewi kusmin	Pelaksanaan Staf
17	jenal ridel kilapong	Pelaksanaan Staf
18	abdul sofyan idrus	Pelaksanaan Mandor
19	verdinan antonius werus	Pelaksanaan Staf
20	zulkifli umsohi	Pelaksanaan Staf
21	awweetly jantje jotam rumbay	Pelaksanaan Staf

22	erniyati agustina laode	Pelaksanaan Staf
23	ridwan takawedikang	Pelaksanaan Staf
24	vicky wiston gumolung	Pelaksanaan Staf
25	netanya hana mamangkey	Pelaksanaan Staf
26	verrawaty deisy talumesang	Pelaksanaan Staf
27	ricky devee kaloboba	Pelaksanaan Mandor
28	noldy patanda	Pelaksanaan Staf
29	novi wijaya karta	Pelaksanaan Staf
30	darmuliana	Pelaksanaan Staf
31	victor reinhard ruhlessin	Pelaksanaan Mandor
32	juneifi eunike rembet	Pelaksanaan Staf

Sumber : PT.Pos Indonesia (Persero)

#### 4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Kantor PT Kantor Pos Manado Mempunyai Struktur Organisasi Seperti terlibat pada gambar 4.1 dibawa ini:



**Gambar 4.2**  
**Struktur Oraganisasi**

Sumber : PT.Pos Indonesia (Persero)

#### **4.1.5.1 Uraian Kerja**

##### **1. Kepala Kantor**

Kepala kantor memegang tanggung jawab utama dalam mengelola keseluruhan kegiatan operasional. Tugasnya meliputi pencapaian target pendapatan dan laba sesuai dengan ketetapan perusahaan, serta pengendalian biaya berdasarkan alokasi yang diberikan. Selain itu, kepala kantor bertugas mengawasi jumlah pelanggan korporat, mitra, maupun outlet kementerian yang menjadi bagian dari jejaring layanan. Dari sisi mutu layanan, kepala kantor berperan dalam memastikan kualitas operasional, proses penagihan (collection), dan kegiatan pelayanan pelanggan tetap berjalan optimal. Tanggung jawab lainnya mencakup perencanaan serta pengorganisasian keuangan, pemasaran, penjualan, layanan pelanggan, akuntansi, hingga pengelolaan sumber daya manusia. Kepala kantor juga wajib mengajukan usulan pengembangan jaringan layanan kepada kantor regional sebagai bentuk inovasi dan ekspansi pelayanan.

##### **2. Deputi manager**

Deputi manager mendukung kepala kantor dengan cara memberikan pengarahan, pengorganisasian, serta pengendalian terhadap kinerja operasional, khususnya di bidang pelayanan dan penjualan. Tugas penting lainnya adalah mengoordinasikan serta mengawasi proses kerja di bidang operasi dan antaran agar sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP). Selain itu, deputi manager juga melakukan validasi atas transaksi keuangan, mengevaluasi piutang pendapatan, serta menilai efektivitas proses kerja yang mencakup pengelolaan jaringan hingga sistem antaran.

##### **3. Manajer Penjualan**

Manajer penjualan bertugas mengelola dan mengendalikan seluruh aktivitas penjualan produk dan jasa pos, baik surat, paket, maupun layanan keuangan. Posisi ini bertanggung jawab terhadap pencapaian target pendapatan perusahaan serta memastikan kegiatan administrasi penjualan berjalan tertib. Manajer penjualan juga mengelola piutang pendapatan, menyusun anggaran penjualan, melakukan akuisisi pasar, dan menjaga hubungan dengan pelanggan.

Selain itu, mereka bertugas membina pelanggan binaan serta mengawasi kinerja account executive untuk memperluas jangkauan layanan.

#### **4. Manajer keuangan**

Manajer keuangan memiliki peran dalam menyusun, melaksanakan, serta mengawasi program kerja di bagian keuangan. Ia bertanggung jawab membuat uraian tugas (job description) yang sesuai dengan aturan perusahaan, mengatur pelaksanaan proses kerja, hingga melakukan pencocokan pencatatan transaksi. Selain itu, pengawasan terhadap arus kas dan pekerjaan kasir juga menjadi bagian penting dari tanggung jawab manajer keuangan.

#### **5. Manajer Penjualan**

Manajer pemasaran mengelola kegiatan penjualan surat pos, paket, jasa keuangan, logistik, hingga e-commerce. Selain bertugas menggarap pasar baru, posisi ini juga berfokus pada akuisisi pelanggan serta pemeliharaan pelanggan yang sudah ada. Administrasi penjualan, pengelolaan piutang, penyusunan anggaran, serta perencanaan target penjualan juga termasuk dalam tugas utamanya.

#### **6. Manajer pelayanan korporat**

Manajer layanan korporat berfungsi untuk menyusun rencana kerja serta mengoordinasikan proses layanan pelanggan korporat. Ia memastikan kiriman korporat diterima, diproses, dan diawasi sesuai ketentuan yang berlaku. Manajer ini juga bertanggung jawab menyusun laporan dan melaporkannya kepada atasan sebagai bentuk pertanggungjawaban..

#### **7. Manajer UPL ( Unit Pelayanan Luar )**

Manajer UPL mengawasi seluruh titik layanan eksternal seperti agen pos, loket ekstensi, maupun kantor cabang pembantu. Tugasnya adalah menjaga tertib administrasi, melakukan pemeriksaan atas pelaksanaan pekerjaan, serta memastikan seluruh kegiatan pelayanan luar sesuai ketentuan perusahaan.

#### **8. Manajer SDM**

Manajer SDM berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari penyusunan program kerja, pengaturan hak dan kewajiban pegawai, hingga pengawasan kehadiran. Ia juga bertugas menangani penyelesaian piutang

karyawan serta mendukung kebutuhan operasional lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja.

#### **9. Manajer Anataran**

Manajer antaran memiliki tanggung jawab untuk memastikan kelancaran distribusi surat dan paket pos. Kegiatannya mencakup penyusunan buku jalan antar, melakukan pengawasan periodik, serta memastikan kelengkapan pengantaran berjalan dengan baik.

#### **10. Manajer Distribusi**

Manajer distribusi memegang kendali atas proses sortir surat dan paket, bertanggung jawab terhadap penerimaan serta pengiriman, sekaligus mencatat data statistik lalu lintas giro. Posisi ini berperan penting untuk memastikan arus distribusi berjalan efisien dan terpantau.

#### **11. Manajer Kantor cabang**

Manajer kantor cabang bertugas mengawasi jalannya operasional di kantor cabang. Ia bertanggung jawab terhadap stabilitas keuangan, akurasi dokumen administrasi, serta akuntabilitas kas kecil dan kas besar. Selain itu, manajer cabang juga memastikan seluruh kegiatan sesuai dengan ketentuan dan prosedur perusahaan.

#### **12. Kantor Pos Pembantu**

Kepala kantor pos pembantu memimpin seluruh kegiatan operasional pada unit kerja tersebut. Ia memiliki tanggung jawab penuh terhadap penyelenggaraan layanan pos serta memastikan peralatan dan sarana yang tersedia dapat mendukung operasional secara optimal.

### **4.2 Hasil Analisis**

#### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Penelitian ini dilakukan di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama Manado, dengan melibatkan sebanyak 36 orang responden. Analisis karakteristik responden disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai profil partisipan penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara lebih mendalam sesuai kondisi nyata di lapangan. Karakteristik yang dianalisis mencakup aspek jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta frekuensi

penggunaan layanan PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. Analisis ini penting karena setiap kategori responden dapat memberikan sudut pandang berbeda terhadap kualitas pelayanan yang diterima, sehingga hasil penelitian lebih representatif dan objektif.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu indikator penting untuk memahami distribusi partisipan penelitian. Dari hasil kuesioner yang disebar, diperoleh data bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 27 orang atau setara dengan 75%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang atau sekitar 25% dari total responden.

Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna layanan PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh perempuan. Hal tersebut dapat mencerminkan bahwa perempuan, baik sebagai individu maupun mewakili keluarga, cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan layanan pos, baik untuk keperluan pengiriman barang, pembayaran, maupun jasa keuangan.

Tabel distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**

#### Jumlah Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Respondn	Presentase (%)
1	Laki-laki	9	25%
2	perempuan	27	75%
	Jumlah	36	100%

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Selain jenis kelamin, pekerjaan juga menjadi variabel penting untuk dipahami karena latar belakang pekerjaan dapat memengaruhi kebutuhan dan persepsi terhadap kualitas layanan pos. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh distribusi pekerjaan yang beragam dari 36 responden.

Kelompok “Belum Bekerja” menempati proporsi terbesar, yaitu sebanyak 8 responden (22,2%), yang kemungkinan besar terdiri dari lulusan baru atau pencari kerja. Kelompok berikutnya adalah “Wiraswasta/Usaha” dan “Ibu Rumah Tangga (IRT)” yang masing-masing berjumlah 6 responden (16,7%), menunjukkan peran signifikan kedua kelompok ini dalam memanfaatkan layanan pos.

Sementara itu, “Pelajar/Mahasiswa” sebanyak 5 responden (13,9%) memperlihatkan bahwa layanan pos juga masih relevan bagi kalangan muda, khususnya dalam hal kebutuhan pengiriman dokumen atau paket. Kelompok “Swasta (Umum)” dan “Lainnya” masing-masing berjumlah 4 responden (11,1%), sedangkan “Karyawan Swasta” menjadi kelompok dengan jumlah terkecil yaitu 3 responden (8,3%).

Distribusi ini menggambarkan bahwa pengguna layanan pos berasal dari berbagai lapisan masyarakat dengan latar belakang pekerjaan yang beragam. Secara keseluruhan, sebanyak 77,8% responden berasal dari kelompok yang aktif bekerja atau beraktivitas produktif, sementara sisanya (22,2%) merupakan responden non-aktif (belum bekerja). Variasi ini memperlihatkan keberagaman perspektif yang memperkaya hasil penelitian, karena setiap kelompok pekerjaan dapat memiliki tingkat kepuasan yang berbeda terhadap layanan yang diberikan.

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	5	13,9%
2	Karyawan Swasta	3	8,3%
3	Wiraswasta/Usaha	6	16,7%
4	Swasta (Umum)	4	11,1%
5	Ibu Rumah Tangga/IRT	6	16,7%
6	Belum Bekerja	8	22,2%
7	Lainya	4	11,1%
	Total	36	100%

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna layanan PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado berada pada rentang usia 20–25 tahun, yaitu sebanyak 30 responden atau 83,3% dari total sampel. Kelompok usia ini mendominasi, yang menandakan bahwa generasi muda, khususnya mahasiswa, fresh graduate, maupun individu yang baru memasuki dunia kerja, masih banyak memanfaatkan layanan pos untuk kebutuhan pengiriman barang maupun dokumen.

Selanjutnya, kelompok usia 26–30 tahun tercatat sebanyak 2 responden (5,6%), kemudian kelompok usia 31–40 tahun hanya 1 responden (2,8%), dan terakhir kelompok usia di atas 40 tahun sebanyak 3 responden (8,3%). Distribusi ini memperlihatkan bahwa meskipun pengguna pos didominasi kalangan muda, kelompok usia dewasa dan lebih senior juga tetap menjadi bagian dari pengguna jasa, meski jumlahnya relatif kecil. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa PT Pos Indonesia masih relevan bagi berbagai segmen usia, meskipun daya tarik terbesar ada pada kelompok usia produktif muda.

**Tabel 4.4**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Umur Responden	Jumlah Responden	Presentase%
1	20-25 Tahun	30	83,3%
2	26-30 Tahun	2	5,6%
3	31-40 Tahun	1	2,8%
4	>40 Tahun	3	8,3%
	Total	36	100%

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa PT Pos

Berdasarkan data dari 36 responden, terdapat variasi yang cukup signifikan dalam hal frekuensi penggunaan layanan PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. Kelompok terbesar adalah pengguna dengan frekuensi **1–2 kali penggunaan**, yaitu sebanyak 15 orang (**41,7%**). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelanggan

menggunakan layanan pos secara insidental atau hanya ketika ada kebutuhan tertentu.

Kelompok berikutnya adalah pengguna yang sangat aktif dengan frekuensi lebih dari 5 kali, berjumlah 12 responden (**33,3%**). Mereka dapat dikategorikan sebagai pelanggan setia dengan tingkat loyalitas tinggi, biasanya terdiri dari pelaku usaha kecil, toko online, maupun individu dengan kebutuhan pengiriman rutin. Sementara itu, pengguna dengan frekuensi **3–5 kali** tercatat sebanyak 9 responden (**25%**).

Secara keseluruhan, 66,7% responden termasuk pengguna dengan intensitas rendah hingga sedang (1–5 kali), sedangkan sisanya 33,3% merupakan pengguna aktif dengan intensitas tinggi. Pola ini menunjukkan adanya peluang bagi PT Pos Indonesia untuk meningkatkan engagement, misalnya melalui strategi retensi pelanggan, program loyalitas, atau peningkatan kualitas layanan sehingga mendorong kelompok pengguna insidental menjadi pelanggan aktif.

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa PT Pos**

No	Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden	Presentase%
1	1 - 2 Kali	15	41,7%
2	3 - 5 Kali	9	25%
3	> 5 Kali	12	33,3%
	Total	36	100%

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

**5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengiriman Sering di Gunakan**

Jenis layanan yang dipilih responden dalam penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai kebutuhan dominan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa sebagian besar responden lebih sering menggunakan layanan pengiriman paket barang, yaitu sebanyak 31 responden (86,1%). Hal ini memperlihatkan bahwa tren e-commerce dan aktivitas jual beli online menjadi faktor yang sangat memengaruhi meningkatnya permintaan terhadap layanan pengiriman paket.

Sementara itu, hanya 5 responden (13,9%) yang menyatakan lebih sering menggunakan layanan pengiriman surat atau dokumen. Persentase yang kecil ini wajar, mengingat perkembangan teknologi digital telah menggeser kebutuhan masyarakat untuk mengirimkan dokumen fisik ke arah penggunaan email, aplikasi perpesanan, dan platform digital lainnya.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa peran PT. Kantor Pos Manado saat ini lebih banyak berfokus pada sektor logistik dan distribusi barang, bukan lagi hanya sebagai penyedia jasa surat-menyurat tradisional. Oleh karena itu, strategi pengembangan layanan PT. Kantor Pos Manado ke depan perlu diarahkan untuk memperkuat kecepatan, keamanan, serta kenyamanan layanan logistik agar dapat terus bersaing dengan perusahaan kurir swasta.

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pengiriman Sering di Gunakan**

No	Pengiriman Sering Digunakan	Jumlah Responden	Presentase%
1	Surat/Dokumen	5	13,9%
2	Paket Barang	31	86,1%
	Total	36	100%

*Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel 2025*

#### **4.2.2 Hasil Analisis Dskriptif Stastistik**

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan sebaran data dari dua variabel utama penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data responden, sehingga dapat diketahui kecenderungan jawaban yang diberikan. Ukuran pemusatan data yang digunakan meliputi mean, median, dan modus, sedangkan ukuran dispersi mencakup standar deviasi, varians, skewness, kurtosis, serta rentang nilai minimum dan maksimum.

Data dari 36 responden yang telah ditabulasi kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 36. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki mean sebesar 44,81 dengan median 45,50 dan modus 50, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki mean sebesar 22,39, median 23,00, dan modus 24. Nilai standar deviasi pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 4,695, sedangkan pada variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 2,891, yang menandakan adanya variasi jawaban antarresponden meskipun relatif homogen.

Selain itu, nilai skewness negatif pada kedua variabel menunjukkan distribusi data cenderung condong ke kiri, sedangkan nilai kurtosis variabel Kepuasan Pelanggan (1,781) memperlihatkan distribusi yang lebih mengerucut dibandingkan normal. Rentang skor Kualitas Pelayanan berada pada 33–50, sedangkan Kepuasan Pelanggan berada pada 13–24. Secara umum, hasil analisis deskriptif ini menggambarkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif baik terhadap kualitas pelayanan maupun kepuasan yang diperoleh dari layanan PT. Kantor Pos Manado, meskipun terdapat variasi yang mencerminkan pengalaman pengguna yang beragam.

**Tabel 4.7**  
**Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y)**

<b>Statistik Deskriptif</b>	<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Kepuasan Pelanggan</b>
Mean	44.81	22.39
Standard Error	783	482
Median	45.50	23.00
Mode	50	24
Standard Deviation	4.695	2.891
Sample Variance	22.047	8.359
Kurtosis	-0,114	1.781
Skewness	-0,716	-1.201
Range	17	12
Minimum	33	13
Maximum	45	24
Sum	1613	806
Count	36.00	36.00

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025*

### **1. Deskripsi Variabel *Kualitas pelayanan* (X)**

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 4.7, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai maksimum sebesar 45 dan nilai minimum sebesar 33, dengan rentang (range) sebesar 17. Varians sampel tercatat sebesar 22,047 dan standard error 0,783, yang menunjukkan bahwa data memiliki tingkat variasi yang cukup nyata, tetapi dengan tingkat kesalahan yang relatif rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan layak digunakan dalam penelitian.

Nilai mean yang diperoleh sebesar 44,81 berada dekat dengan median 45,50, serta koefisien skewness sebesar -0,716 dan kurtosis -0,114. Hal ini memperlihatkan bahwa distribusi data relatif normal dan cenderung simetris. Standar deviasi sebesar 4,695 mengindikasikan adanya penyebaran jawaban responden yang masih dalam batas wajar. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan pada PT Kantor Pos Manado dipersepsikan cukup baik oleh responden, meskipun jika dilihat dari nilai rata-rata masih terdapat ruang untuk dilakukan perbaikan guna mencapai tingkat kualitas pelayanan yang lebih optimal.

### **2. Deskripsi Variabel *Kepuasan pelanggan* (Y)**

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 4.6, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai maksimum sebesar 45 dan nilai minimum sebesar 33, dengan rentang (range) sebesar 17. Varians sampel tercatat sebesar 22,047 dan standard error 0,783, yang menunjukkan bahwa data memiliki tingkat variasi yang cukup nyata, tetapi dengan tingkat kesalahan yang relatif rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan layak digunakan dalam penelitian.

Nilai mean yang diperoleh sebesar 44,81 berada dekat dengan median 45,50, serta koefisien skewness sebesar -0,716 dan kurtosis -0,114. Hal ini memperlihatkan bahwa distribusi data relatif normal dan cenderung simetris. Standar deviasi sebesar 4,695 mengindikasikan adanya penyebaran jawaban

responden yang masih dalam batas wajar. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan pada PT Kantor Pos Manado dipersepsikan cukup baik oleh responden, meskipun jika dilihat dari nilai rata-rata masih terdapat ruang untuk dilakukan perbaikan guna mencapai tingkat kualitas pelayanan yang lebih optimal.

#### 4.2.3 Hasil Analisis Instrumn Jawaban Responden

Penelitian ini menggunakan satu variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X), dan satu variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis instrumen jawaban responden dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap kedua variabel tersebut. Penilaian responden terhadap kuesioner yang disebarakan kemudian dikategorikan berdasarkan rentang skala nilai rata-rata, sehingga mempermudah interpretasi hasil penelitian.

Tabel 4.8 berikut menyajikan rentang skala yang digunakan untuk mengelompokkan kategori jawaban responden :

**Tabel 4.8**  
**Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban**

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Tidak Baik	TB
2	1,81 – 2,61	Kurang Baik	KB
3	2,62 – 3,40	Cukup Baik	CB
4	3,41 – 4,21	Baik	B
5	4,22 – 5,00	Sangat Baik	SB

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025*

Dengan adanya kategorisasi ini, peneliti dapat lebih mudah menafsirkan hasil rata-rata jawaban responden terhadap setiap indikator pertanyaan, baik pada variabel Kualitas Pelayanan maupun variabel Kepuasan Pelanggan.

#### 1. Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana persepsi pengguna layanan PT Kantor Pos Manado terhadap mutu

pelayanan yang diberikan, khususnya dalam penggunaan PT Kantor Pos. Penilaian variabel ini dilakukan melalui 10 butir pernyataan yang disusun berdasarkan lima indikator utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.9 mengenai rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X), dapat diketahui bahwa secara keseluruhan penilaian pelanggan terhadap layanan PT. Kantor Pos berada pada kategori Sangat Baik. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata variabel sebesar 4,48, yang mendekati skor maksimal pada skala Likert, yaitu 5.

#### Keandalan (*Reliability*)

Indikator X1 dan X2 memperoleh skor rata-rata 4,36 dan 4,50, dengan rata-rata keseluruhan 4,43. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai layanan Kantor Pos cukup dapat diandalkan dalam memenuhi janji dan menyelesaikan pelayanan sesuai waktu yang telah ditentukan.

#### Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Indikator X3 dan X4 memiliki rata-rata 4,39 dengan konsistensi jawaban sebesar 41,7% responden yang memilih kategori sangat baik. Secara keseluruhan, rata-rata dimensi ini adalah 4,44, yang mengindikasikan bahwa pegawai dinilai cukup cepat dan sigap dalam merespons kebutuhan pelanggan.

#### Jaminan (*Assurance*)

Indikator X5 dan X6 mencatat rata-rata 4,44. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan, keterampilan, serta sikap pegawai dinilai mampu menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan Kantor Pos.

#### Berwujud (*Tangible*)

Indikator X7 dan X8 memperoleh rata-rata 4,61, dengan mayoritas responden (58,3%) memberikan penilaian sangat baik. Fakta ini menegaskan bahwa fasilitas fisik, sarana prasarana, serta penampilan pegawai Kantor Pos sudah dianggap memadai oleh pelanggan.

#### Empati (*Empathy*)

Indikator X9 dan X10 memiliki skor rata-rata 4,48, dengan sebagian besar responden memberikan penilaian baik hingga sangat baik. Hal ini menggambarkan

bahwa pegawai mampu memberikan perhatian personal, bersikap ramah, dan mudah dihubungi oleh pelanggan.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan PT. Kantor Pos Manado telah memenuhi harapan pelanggan. Dimensi berwujud (tangible) menjadi aspek yang memperoleh apresiasi tertinggi, sedangkan dimensi keandalan (reliability) masih memerlukan perhatian lebih karena memperoleh skor paling rendah dibandingkan dimensi lainnya.

**Tabel 4.9**

**Instrumen Jawaban Responden *Kualitas Pelayanan (X)***

KUALITAS PELAYANAN (X)												
ITEM	Frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	1	2	3	4	5	F	%	F	%	F		
KEANDALAN												
X1	0	0%	1	2,8%	1	2,8%	18	50,8%	16	44,4%	4.36	SB
X2	0	0%	0	0%	2	5,6%	14	38,9%	20	55,6%	4.50	SB
Mean Indikator											4.43	SB
DAYA TANGGAP												
X3	0	0%	1	2,8%	0	0%	15	41,7%	20	55,6%	4.50	SB
X4	0	0%	1	2,8%	2	5,6%	15	41,7%	18	50,0%	4.39	SB
Mean Indikator											4.44	SB
JAMINAN												
X5	0	0%	0	0%	1	2,8%	18	50,0%	17	47,2%	4.44	SB
X6	0	0%	0	0%	2	5,6%	16	44,4%	18	50,0%	4.44	SB
Mean Indikator											4.44	SB
BERWUJUD												
X7	0	0%	0	0%	0	0%	13	36,1%	23	63,9%	4.64	SB
X8	0	0%	0	0%	0	0%	15	41,7%	21	58,30%	4.58	SB
Mean Indikator											4.61	SB
EMPATY												
x9	0	0%	0	0%	1	2,8%	15	41,7%	20	55,6%	4.53	SB
x10	1	2,8%	1	2,8%	1	2,8%	12	33,3%	21	58,3%	4.42	SB
Mean Indikator											4.47	SB
Mean Variabel											4.48	SB

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025*

## 2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel Kepuasan Pelanggan digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diterima di PT Kantor Pos Manado. Kepuasan pelanggan diukur menggunakan beberapa indikator, yaitu kepuasan secara umum, kinerja pelayanan, nilai yang dirasakan, kecenderungan untuk menggunakan kembali (*repeat purchase*), serta kesediaan merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

Berdasarkan Tabel 4.10 yang menyajikan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dapat diketahui bahwa secara umum pelanggan PT. Kantor Pos Manado merasa puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata keseluruhan variabel sebesar 4,48, yang termasuk dalam kategori tinggi (baik menuju sangat baik). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan Kantor Pos mampu memberikan pengalaman yang positif kepada pelanggan, sehingga berkontribusi pada tercapainya kepuasan.

Secara lebih terperinci, penilaian responden pada setiap indikator adalah sebagai berikut:

#### Indikator Kepuasan (X1)

Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,56, dengan mayoritas responden (58,3%) memberikan penilaian pada kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan secara umum merasa puas terhadap layanan yang disediakan Kantor Pos.

#### Indikator Kinerja Pelayanan (X2)

Indikator ini juga memperoleh rata-rata 4,56, di mana sebagian besar responden (61,1%) menilai pada kategori sangat baik. Artinya, kinerja pelayanan yang diberikan pegawai sudah dianggap optimal dan sesuai dengan harapan pelanggan.

#### Indikator Nilai yang Dirasakan (X3)

Mendapatkan rata-rata 4,36, dengan 44,4% responden menilai sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai layanan yang diterima sebanding dengan biaya maupun waktu yang mereka keluarkan.

#### Indikator Niat Menggunakan Kembali (X4)

Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,42, dengan 55,6% responden memberikan penilaian sangat baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelanggan cenderung akan kembali menggunakan jasa Kantor Pos di masa mendatang.

#### Indikator Merekomendasi (X5)

Indikator ini memperoleh rata-rata 4,50, dengan 58,3% responden menilainya sangat baik. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pelanggan bersedia merekomendasikan layanan Kantor Pos kepada orang lain, yang menandakan adanya tingkat loyalitas yang cukup tinggi.

Secara keseluruhan, indikator dengan penilaian tertinggi adalah kepuasan (X1) dan kinerja pelayanan (X2) yang sama-sama memiliki rata-rata 4,56, sementara indikator dengan penilaian terendah adalah nilai yang dirasakan (X3) dengan rata-rata 4,36. Kondisi ini menunjukkan bahwa PT. Kantor Pos Manado perlu terus mempertahankan aspek pelayanan yang sudah baik, khususnya kinerja pegawai, serta meningkatkan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan agar kepuasan dapat tercapai secara lebih menyeluruh dan berkesinambungan.

**Tabel 4.10**  
**Instrumen Jawaban Responden *Kepuasan Pelanggan (Y)***

KEPUASAN PELANGGAN (Y)													
ITEM	Frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori	
	1	2	3	4	5	F	%	F	%	F			%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
KEPUASAN													
X1	0	0%	0	0%	1	2,8%	14	38,9%	21	58,3%	4.56	SB	
											Mean Indikator	4.56	SB
KINERJA PELAYANAN													
X2	0	0%	1	2,8%	0	0%	13	36,1%	22	61,1%	4.56	SB	
											Mean Indikator	4.56	SB
NILAI YANG DIRASAKAN													
X3	0	0%	1	2,8%	1	2,8%	18	50,0%	16	44,4%	4.36	SB	
											Mean Indikator	4.36	SB
NILAI MENGGUNAKAN KEMBALI													
X4	1	0%	0	0%	2	5,6%	13	36,1%	20	55,6%	4.4	SB	
											Mean Indikator	4.42	SB
MEREKOMENDASI													
X5	0	0%	1	2,8%	1	2,8	13	36,1	21	58,3	4.5	SB	
											Mean Indikator	4.50	SB
											Mean Variabel	4.48	SB

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

#### 4.2.4 Total Skor

Untuk mengetahui sejauh mana tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti, analisis dilakukan dengan menghitung total skor dan persentase dari jawaban kuesioner. Hasil perhitungan ini memberikan gambaran umum mengenai kondisi variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

##### 1. Total Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Untuk ini skor tertinggi = 5, Jumlah item = 10 dan jumlah responden = 36, maka skor tertinggi =  $5 \times 10 \times 36 = 1800$ . Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 36 responden Variabel Kualitas Pelayanan (X) = **1613**. Dengan demikian presentase total instrumen jawaban dari 36 responden variabel Kualitas

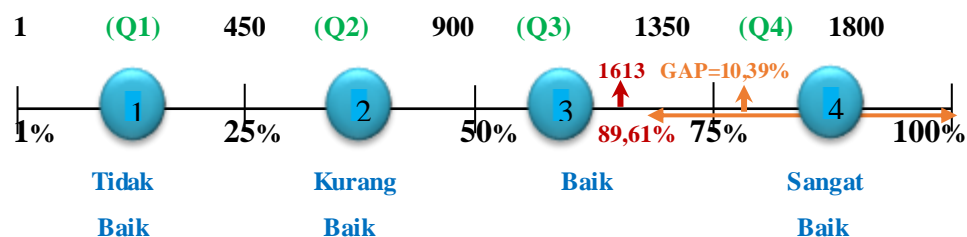
Pelayanan yaitu :  $1613 : 1800 \times 100\% = 89.61\%$ . Hasil dari Gap  $100 - 89.61 = 10,39\%$ . Untuk hasil dari Quartil  $1800 : 4 = 450$ . Hasil Untuk Jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel**  
**Kualias Pelayanan (X)**

No	ANALISA TOTAL SKOR X1	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	10					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	1800	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 10 \times 36 = 1.800$				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1613					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	89.61	Gap = 10,39%				
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	450					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	450	900	1350	1800

Sumber Data : Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



**Gambar 4.3. Total Skor Kualitas Pelayanan (X)**

Sumber : Hasil Olahan Data 2025

Dari Gambar 4.3 diatas Total skor instrumen jawaban variabel Kualitas Pelayanan (X) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 1613. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 89,61% termasuk pada kategori “Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa *Kualitas Pelayanan* sudah baik namun masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan *Produktifitas Karyawan* di PT. Kantor Pos Manado.

## 2. Total Skor Kepuasan Pelanggan(Y)

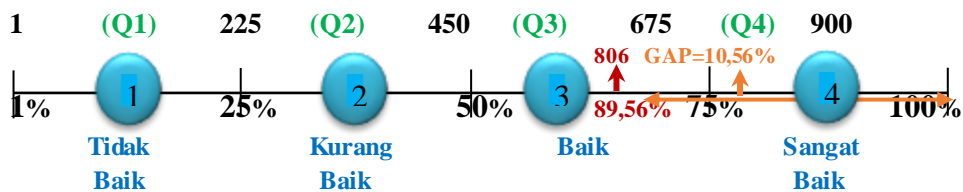
Untuk ini skor tertinggi = 5, Jumlah item = 10 dan jumlah responden = 36, maka skor tertinggi =  $5 \times 5 \times 36 = 900$ . Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 36 responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) = **806**. Dengan demikian presentase total instrumen jawaban dari 36 responden variabel Kualitas Pelayanan yaitu :  $806 : 900 \times 100\% = 89.56\%$ . Hasil dari Gap  $100 - 89.56 = 10,56\%$ . Untuk hasil dari Quartil  $900 : 4 = 225$ . Hasil Untuk Jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	ANALISA TOTAL SKOR X1	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	5					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWb TERTINGGI	900	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 5 \times 36 = 900$				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	806					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	89.56	Gap = 10,56%				
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	225					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	225	450	675	900

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



**Gambar 4.4 Total Skor Kepuasan Pelanggan (Y)**

Dari Gambar 4.4 diatas Total skor instrumen jawaban variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 806. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 89,56% termasuk pada kategori “Baik”.

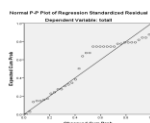
#### 4.2.5 Uji Normalitas dan Linearitas

Sebelum melakukan analisis terhadap variabel independen dalam penelitian kuantitatif, salah satu prasyarat yang harus dipenuhi adalah bahwa data penelitian harus berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik Normal P-P Plot, baik untuk variabel independen Kualitas Pelayanan (X) maupun variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Kriteria yang digunakan adalah apabila titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal pada grafik, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila penyebaran data jauh menyimpang dari garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa distribusi data tidak normal.

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada Gambar 4.5, terlihat bahwa titik-titik data cenderung mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi kriteria distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki distribusi data yang normal berdasarkan jawaban responden terhadap instrumen kuesioner yang telah disebarakan pada pengguna layanan PT Kantor Pos Manado.

Normalitas data yang terpenuhi menjadi dasar penting untuk melanjutkan analisis berikutnya, yaitu analisis regresi dan korelasi. Selain itu, uji linearitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Hasil uji menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel dalam penelitian ini bersifat linear, sehingga layak digunakan dalam model analisis regresi sederhana maupun korelasi.



**Gambar 4.5**  
**Grafik Korelasi dan Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan X**  
**Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

*Sumber: Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025*

#### **4.2.6 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel *Kualitas Pelayanan X* dan Kepuasan Pelanggan Y**

Tabel berikut menyajikan hasil analisis regresi dan korelasi parsial yang bertujuan untuk mengetahui hubungan, pengaruh, serta besarnya koefisien determinasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Kantor Pos Manado. Analisis ini dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS versi 26, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.13

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner (terlampir) yang diberikan kepada 36. Pelanggan pengguna layanan PT, Kantor Pos Manado. Setelah terkumpul, data tersebut diolah dan ditabulasikan berdasarkan variabel penelitian masing-masing. Analisis kemudian dilakukan menggunakan software SPSS versi 26 untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil pengolahan data ini ditampilkan pada tabel di bawah, yang menyajikan perhitungan regresi dan korelasi sederhana. Analisis tersebut bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh, tingkat keterkaitan, serta koefisien determinasi variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kantor Pos

Manado. Semua perhitungan dilakukan menggunakan SPSS versi 26, sebagaimana tercantum pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan (X)**  
**Kepuasan Pelanggan Y)**

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
persion Correlations	Kualitas Pelayanan	700	873
	Kepuasan Pelanggan	873	700
Sig.(1-taild)	Kualitas Pelayanan	.	.000
	Kepuasan Pelanggan	.000	.
N	Kualitas Pelayanan	36	36
	Kepuasan Pelanggan	36	36

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.231a	.053	.025	4.635	

a Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

*Sumber : Pengolahan Data Spss tahun 2025*

ANOVAa						
Model		of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.151	1	41.151	1.915	.175b
	Residual	730.488	34	21.485		
	Total	771.639	35			

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	16.018	4.628	3.461	.001	6.613	25.423
	Kualitas Pelayanan	.142	.103	.231	1.384	-.067	0,351

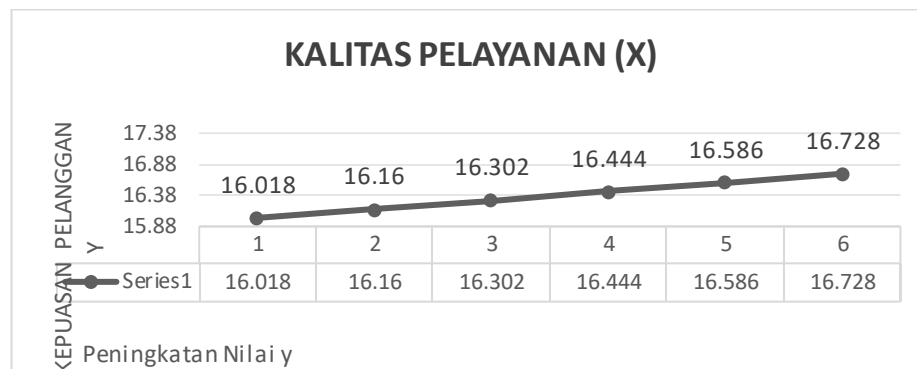
a Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.14**  
**Peningkatan Secara Parsial Kualitas Pelayanan(X) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)**

No	Nilai X	Peningkatan Nilai Y	Penurunan Nilai Y
1	X = 0	16,018	16,018
2	X = 1	16,160	15,876
3	X = 2	16,302	15,734
4	X = 3	16,444	15,592
5	X = 4	16,586	15,450
6	X = 5	16,728	15,308

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Dari Tabel 4.14 diatas terlihat setiap peningkatan satu satuan variabel *Kualitas Pelayanan* secara parsial akan selalu mampu meningkatkan *Kepuasan Pelanggan* Untuk itu PT. Kantor Pos Manado harus selalu memperhatikan bahkan harus berupaya untuk meningkatkan *Kualitas Pelayanan* khususnya yang ada di PT. Kantor Pos Manado. Peningkatan baiknya *Kualitas Pelayanan* dilihat dari *Kepuasan Pelanggan* pada Gambar 4.6 berikut ini :



**Gambar 4.6**  
**Pengaruh Variabel *Kualitas Pelayanan (X)* Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)**

#### 4.2.7 Pengujian Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis ini menggunakan program statistik SPSS versi 26. Hasil perhitungan ditampilkan pada Tabel 4.15 berikut :

**Tabel 4.15**  
**Summary Output Coefficients Variabel *Gaya Kepemimpinan (X<sub>1</sub>)* Terhadap *Produktifitas Karyawan (Y)***

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	16.018	4.628		3.461	.001	6.613	25.423
	Kualitas Pelayanan	.142	.103	.231	1.384	.175	-0,067	0,351

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel di atas, nilai konstanta (a) sebesar 16,018 berarti bahwa apabila kualitas pelayanan dianggap konstan (tidak mengalami perubahan), maka tingkat kepuasan pelanggan berada pada angka 16,018 satuan. Koefisien regresi (b) sebesar 0,142 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,142 satuan.

Namun demikian, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,175 lebih besar daripada 0,05, sehingga secara statistik tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Artinya, meskipun hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bersifat positif, pengaruhnya belum cukup kuat untuk dinyatakan signifikan secara parsial.

Meskipun begitu, nilai Standardized Coefficients (Beta) sebesar 0,231 memperlihatkan bahwa kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 23,1%. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh positif, meskipun tidak dominan, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga layanan, kecepatan distribusi, kemudahan akses teknologi, maupun pengalaman individu pelanggan.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan**

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT. Kantor Pos Manado secara keseluruhan masuk dalam kategori baik. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata variabel kepuasan pelanggan (Y) yang berada di atas titik tengah skala pengukuran. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan tersebut terutama ditunjukkan pada indikator kemudahan dalam memperoleh layanan, kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima, serta keramahan dan sikap profesional petugas. Fakta ini menunjukkan bahwa Kantor Pos Manado telah berhasil menciptakan pengalaman pelayanan yang relatif sejalan dengan ekspektasi para pengguna jasa.

Kendati demikian, hasil penelitian juga menemukan adanya beberapa aspek yang memperoleh nilai lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Di antaranya adalah kecepatan dalam menangani keluhan, ketersediaan fasilitas pendukung layanan, dan kenyamanan area ruang tunggu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kepuasan pelanggan tergolong tinggi, masih terdapat kesenjangan kecil antara harapan pelanggan dengan realitas pelayanan di lapangan. Dengan demikian, pihak perusahaan perlu memberikan perhatian khusus pada aspek-aspek tersebut agar tingkat kepuasan dapat meningkat secara merata.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) yang menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa dengan harapannya. Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika lebih rendah dari harapan, pelanggan cenderung kecewa. Dalam konteks penelitian ini, pelayanan Kantor Pos Manado dapat dikatakan memuaskan, namun belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek.

Selain itu, penelitian ini mendukung temuan Puspitasari (2020) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan jasa pengiriman sangat dipengaruhi oleh faktor ketepatan waktu, keramahan petugas, serta kejelasan informasi. Kesamaan hasil ini memperkuat anggapan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan dimensi penting yang membentuk tingkat kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelanggan Kantor Pos Manado secara umum sudah merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Namun, upaya peningkatan kualitas tetap perlu dilakukan melalui evaluasi dan perbaikan berkelanjutan, sehingga kepuasan pelanggan tidak hanya dapat dipertahankan tetapi juga ditingkatkan.

#### **4.3.2 Kualitas Pelayanan**

Hasil pengolahan data penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di PT. Kantor Pos Manado berada pada kategori cukup baik menuju baik. Hal ini

ditandai dengan nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan (X) yang cenderung tinggi. Artinya, pelayanan yang diberikan perusahaan sudah mampu memenuhi sebagian besar harapan pelanggan, meskipun belum mencapai tingkat optimal.

Apabila ditinjau dari dimensi kualitas layanan menurut model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry dalam Tjiptono, 2019), maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Keandalan (*Reliability*): Aspek ini memperoleh penilaian cukup baik, khususnya dalam hal ketepatan waktu pengiriman serta keakuratan informasi. Hal ini penting mengingat keandalan menjadi fondasi utama dalam layanan pengiriman dan distribusi.

Daya Tanggap (*Responsiveness*): Dimensi ini masih menunjukkan nilai terendah. Pelanggan merasa bahwa respon petugas, terutama dalam menangani keluhan, belum secepat yang diharapkan.

Jaminan (*Assurance*): Penilaian pada aspek ini tergolong baik. Pelanggan merasa aman dan percaya dengan layanan yang diberikan, ditambah dengan sikap profesional petugas ketika memberikan informasi.

Empati (*Empathy*): Nilai yang diperoleh masih sedang, artinya belum semua petugas mampu memberikan perhatian personal terhadap kebutuhan unik setiap pelanggan.

Bukti Fisik (*Tangibles*): Aspek fasilitas fisik dinilai cukup baik, meskipun masih ada keluhan mengenai kenyamanan ruang tunggu dan kelengkapan sarana pendukung.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan PT. Kantor Pos Manado sudah memadai, namun masih terdapat beberapa kelemahan yang harus diperbaiki agar benar-benar memenuhi ekspektasi pelanggan. Seperti yang ditegaskan Tjiptono (2019), kualitas pelayanan akan dianggap tinggi apabila perusahaan mampu secara konsisten memberikan layanan yang sesuai atau melampaui harapan pelanggan di seluruh dimensi SERVQUAL. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Setiawan (2019), yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan di sektor distribusi sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, terutama pada dimensi reliability dan

responsiveness. Hal ini identik dengan hasil penelitian saat ini, di mana kedua dimensi tersebut menjadi faktor paling menentukan kepuasan. Dengan demikian, PT. Kantor Pos Manado perlu lebih memfokuskan perbaikan pada aspek responsiveness dan empathy, karena kedua dimensi tersebut berkaitan langsung dengan interaksi antara pelanggan dan petugas, yang pada akhirnya sangat memengaruhi pengalaman pelanggan.

### **4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil analisis regresi linier sederhana membuktikan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap variasi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti sebagian besar kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan yang mereka rasakan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga layanan, promosi, atau faktor emosional dan psikologis pelanggan. Temuan ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penentu utama kepuasan pelanggan pada sektor jasa. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wulandari (2021) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong peningkatan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman. Implikasi praktis dari penelitian ini sangat jelas, yakni PT. Kantor Pos Manado harus terus menjadikan kualitas pelayanan sebagai prioritas utama dalam strategi bisnisnya. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

Meningkatkan kecepatan respon (responsiveness) terutama dalam layanan pengaduan dan permintaan informasi.

Mengembangkan empati (*empathy*) melalui pelayanan yang lebih personal, seperti memberikan sapaan ramah, mendengarkan kebutuhan pelanggan, serta menawarkan solusi yang tepat.

Meningkatkan fasilitas fisik (*tangibles*) sehingga pelanggan merasa nyaman ketika berada di kantor pos.

Apabila langkah-langkah tersebut dilakukan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas dan keberlanjutan perusahaan di tengah persaingan industri jasa pengiriman yang semakin ketat.

#### **4.4 Implementasi**

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kantor Pos Manado menghasilkan sejumlah temuan penting yang dapat dijadikan dasar bagi perusahaan untuk melakukan langkah-langkah strategis. Implementasi ini menjadi krusial karena rekomendasi yang dihasilkan tidak hanya berhenti pada tataran konseptual, tetapi juga harus diterjemahkan ke dalam praktik nyata agar mutu layanan dapat terus ditingkatkan serta kepuasan pelanggan semakin terjaga.

##### *Optimalisasi Aspek Responsiveness (Daya Tanggap)*

Penelitian menunjukkan bahwa dimensi daya tanggap masih memperoleh penilaian yang relatif lebih rendah dibandingkan dimensi kualitas pelayanan lainnya. Oleh sebab itu, PT. Kantor Pos Manado perlu memberikan perhatian khusus pada kecepatan dan ketepatan pelayanan, baik dalam penyediaan informasi, pemrosesan permintaan, maupun penyelesaian keluhan pelanggan. Implementasi dapat diwujudkan melalui pelatihan intensif bagi petugas frontliner, penerapan standar operasional pelayanan yang lebih tegas, serta pemanfaatan teknologi informasi agar proses penanganan aduan dapat berlangsung lebih cepat dan efektif.

##### *Peningkatan Aspek Empathy (Empati)*

Dimensi empati perlu diperkuat dengan menekankan pentingnya perhatian personal kepada pelanggan. Petugas layanan diharapkan mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan serta memberikan pendekatan komunikasi yang ramah dan bersahabat. Strategi implementasi dapat berupa pelatihan soft skills, pembiasaan perilaku pelayanan yang humanis, serta pemberian penghargaan atau insentif kepada karyawan yang dinilai memiliki sikap empati tinggi. Langkah ini akan mempererat hubungan antara perusahaan dan pelanggan, sekaligus menciptakan loyalitas yang lebih kuat.

#### Perbaikan Fasilitas Fisik (*Tangibles*)

Berdasarkan hasil analisis, pelanggan masih menilai bahwa fasilitas fisik di Kantor Pos Manado belum sepenuhnya memenuhi standar kenyamanan. Oleh karena itu, perusahaan dapat melaksanakan perbaikan dengan menambah kenyamanan ruang tunggu, menjaga kebersihan area layanan, serta menyediakan sarana penunjang seperti kursi yang lebih layak, mesin antrian otomatis, dan jaringan Wi-Fi gratis. Peningkatan fasilitas fisik ini akan menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih nyaman dan modern.

#### Menjaga Konsistensi *Reliability* (Keandalan) dan Assurance (Jaminan)

Walaupun kedua dimensi ini memperoleh penilaian baik, perusahaan tidak boleh lengah dalam mempertahankan kualitasnya. Upaya implementasi dapat dilakukan melalui penguatan sistem distribusi agar waktu pengiriman tetap terjamin tepat, penyajian informasi layanan yang akurat dan terkini, serta peningkatan profesionalisme petugas dalam memberikan pelayanan yang aman dan meyakinkan. Konsistensi pada aspek ini akan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap Kantor Pos.

#### Pengembangan Layanan Berbasis Teknologi Digital

Seiring dengan perkembangan era digital, PT. Kantor Pos Manado dituntut untuk semakin adaptif terhadap teknologi. Implementasi dapat dilakukan melalui pengembangan aplikasi pelacakan barang secara real-time, penyediaan kanal pengaduan berbasis online, serta integrasi informasi tarif dan produk melalui platform digital. Inovasi ini tidak hanya mempermudah akses layanan bagi pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai penyedia jasa

modern yang responsif terhadap kebutuhan pasar. Evaluasi Berkelanjutan dan Mekanisme Feedback Pelanggan. Untuk mendukung keberlanjutan kualitas layanan, Kantor Pos perlu melakukan evaluasi berkala melalui survei kepuasan pelanggan. Umpan balik yang diperoleh dapat dijadikan dasar dalam merancang kebijakan perbaikan dan inovasi layanan berikutnya. Dengan mekanisme ini, perusahaan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pelanggan serta memastikan strategi implementasi berjalan secara berkesinambungan.

Secara keseluruhan, implementasi hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi PT. Kantor Pos Manado, baik dalam peningkatan kualitas pelayanan maupun dalam memperkuat kepuasan pelanggan. Peningkatan ini tidak hanya berkontribusi pada loyalitas pelanggan, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi kompetisi ketat di industri jasa pengiriman dan distribusi.

#### **4.4.1 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa, termasuk PT. Kantor Pos Manado. Menurut Kotler dan Keller (2018), kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik jasa yang mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang berkualitas tidak hanya diukur dari aspek kecepatan dan ketepatan dalam memberikan layanan, tetapi juga mencakup kenyamanan, keandalan sistem, serta sikap karyawan ketika melayani pelanggan.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi PT. Kantor Pos Manado untuk melakukan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) pada berbagai lini layanan. Sejalan dengan pendapat Tjiptono (2016), kualitas pelayanan memiliki lima dimensi utama yang perlu diperhatikan, yaitu: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti fisik). Penerapan hasil penelitian terkait kualitas pelayanan dapat difokuskan pada beberapa aspek, antara lain:

1. **Reliability**: memastikan bahwa SOP (*Standard Operating Procedure*) dijalankan secara konsisten sehingga layanan yang dijanjikan kepada pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.
2. **Responsiveness**: mempercepat respons terhadap kebutuhan pelanggan, misalnya dengan mengurangi waktu antrean serta menyediakan jalur layanan khusus pada jam sibuk.
3. **Assurance**: meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan pelayanan prima, sehingga pelanggan merasa aman dan percaya terhadap layanan yang diberikan.
4. **Empathy**: menumbuhkan budaya peduli pelanggan, misalnya dengan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan lansia atau penyandang disabilitas.
5. **Tangible**: memperbaiki bukti fisik layanan seperti kebersihan, kerapian ruangan, dan tampilan profesional petugas.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2017), pelayanan yang andal tercermin dari kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai janji secara konsisten. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan PT. Pos Indonesia untuk memperbaiki sistem pengiriman, meminimalkan keterlambatan, serta memastikan transaksi keuangan dan pengiriman dokumen berjalan secara akurat.

#### **4.4.2 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)**

Hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan di PT. Kantor Pos Manado memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan sekaligus faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka terhadap layanan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah seseorang membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan sebelumnya.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa aspek penting yang dapat ditingkatkan untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan. Pertama, dari sisi

**kecepatan layanan**, sebagian pelanggan menilai bahwa proses pengiriman paket masih relatif lama, khususnya pada jam sibuk. Hal ini dapat diatasi melalui optimalisasi alur distribusi, pemanfaatan teknologi seperti sistem sortir otomatis, serta pemberian notifikasi *real-time* mengenai status paket kepada pelanggan.

Kedua, **fasilitas fisik** kantor pos juga berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Lovelock dan Wirtz (2016) menekankan bahwa bukti fisik yang baik, seperti kebersihan, kenyamanan ruang tunggu, serta penataan ruang pelayanan yang rapi, mampu meningkatkan persepsi profesionalitas perusahaan. Oleh karena itu, perbaikan fasilitas kantor pos perlu menjadi perhatian manajemen.

Ketiga, aspek **empati dan jaminan** juga berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Tjiptono (2014) menegaskan bahwa pelayanan yang penuh perhatian, ramah, serta mampu memberikan rasa aman kepada pelanggan merupakan faktor penentu kepuasan. Dalam konteks ini, PT. Kantor Pos Manado dapat melakukan pelatihan rutin bagi petugas agar lebih komunikatif, melakukan evaluasi kinerja secara berkala, serta memberikan penghargaan atau insentif bagi karyawan yang berhasil memperoleh tingkat kepuasan pelanggan tinggi.

Dengan demikian, penerapan hasil penelitian pada variabel kepuasan pelanggan tidak hanya sebatas memahami ekspektasi pelanggan, tetapi juga menindaklanjutinya dalam bentuk strategi nyata. Melalui peningkatan kecepatan layanan, perbaikan fasilitas, serta peningkatan empati petugas, diharapkan kepuasan pelanggan semakin meningkat, yang pada gilirannya akan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan serta citra perusahaan di masyarakat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **4.4 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kantor Pos Manado, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini berarti setiap peningkatan mutu layanan yang diberikan akan berbanding lurus dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Unsur-unsur kualitas pelayanan seperti *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) secara nyata berkontribusi dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan PT. Kantor Pos Manado.
2. Di antara kelima dimensi kualitas pelayanan, indikator *responsiveness* (daya tanggap) menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menekankan pada aspek ketepatan waktu, kecepatan, kejelasan prosedur, serta keramahan petugas dalam memberikan layanan. Dengan adanya respons yang cepat dan tepat, pelanggan merasa lebih dihargai dan diperhatikan kebutuhannya.
3. Secara umum, hasil penelitian memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori tinggi. Artinya, sebagian besar pelanggan menilai layanan PT. Kantor Pos Manado telah memenuhi kebutuhan mereka. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan agar tingkat kepuasan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan, terutama pada layanan yang menyangkut efisiensi waktu dan kenyamanan fasilitas..
4. Temuan penelitian ini memperkuat teori-teori sebelumnya yang menegaskan adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, teori tersebut juga relevan diterapkan pada sektor jasa pos. Hasil penelitian ini sekaligus menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

merupakan variabel kunci yang harus diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka terhadap perusahaan.

#### **4.5 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Kantor Pos Manado. Perusahaan perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada aspek yang masih dinilai kurang optimal. Pelatihan dan pembagian karyawan secara rutin sangat diperlukan untuk meningkatkan kompetensi baik dari sisi keterampilan teknis maupun etika pelayanan
2. Bagi Pelanggan  
Pelanggan diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang membangun kepada PT. Kantor Pos Manado. agar kualitas pelayanan terus berkembang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya  
Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti faktor harga, citra perusahaan, atau loyalitas pelanggan, sehingga hasil penelitian lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, G., dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gronroos, C. (2018). *Service Management and Marketing*. Jakarta: Andi.
- Kerlinger, F. N. (2006). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Upper Saddle River: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, H. A. S. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arifin, M. (2022). Pengaruh Etos Kerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Sleman. *Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Bauer, H. H., & Grether, M. (2004). Consumer Behavior in Service Industries. *Journal of Service Research*.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Lestari, D., & Putra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi XYZ di Jakarta. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.

- Oktaviani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Ponggohong, L. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Lembaga Jasa Keuangan di Manado. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis Polindo*, 8(2), 45-53.
- Rahmawati, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Cabang Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Walansendow, A. (2022). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Industri Jasa di Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi dan Kewirausahaan Polindo*, 6(1), 21–30.

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
**POLITEKNIK NEGERI MANADO**  
Kampus Politeknik, Jalan Raya Politeknik, Kelurahan Buha, Manado.  
PO BOX 1256-9525, Telp/FAX (0431) 811568

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH *KUALITAS PELAYANAN* TERHADAP *KEPUASAN PELANGGAN* DI PT.KANTOR POS MANADO

#### A. RESPONDEN

1. **Jenis Kelamin** :  L  P
2. **Pekerjaan** :
3. **Usia** :
4. **Menggunakan Jasa PT Kantor Pos** :  1-2 Kali  3-5  
 >5 Kali
5. **Pengiriman Yang Di Gunakan** :  Surat/Dokumen  
 Paket Barang

#### B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ ibu yang terhormat,

Dalam rangka Penelitian, saya mohon bantuan bapak/ibu sebagai responden dalam Penelitian ini dengan judul Pengaruh *Kualitas Pelayanan Terhadap*

*Kepuasan Pelanggan Di PT. Kantor Pos Manado.* Sebelum mengisi blanko kuesioner ini, diharapkan agar bapak/ibu memperhatikan petunjuk pengisian sebagai berikut :

1. Terdapat 2 kelompok kuesioner yaitu tentang (i) *Kualitas Pelayanan* (ii) *Kepuasan Pelanggan*
2. Bapak/ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan demi memperlancar Penelitian, dan diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Berilah tanda (✓) pada jawaban yang di anggap paling tepat.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi kondite Bapak/Ibu.

Akhirnya saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya. Peneliti berharap bahwa Penelitian ini akan berguna dalam rangka meningkatkan kualitas manajerial.

**Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pertanyaan yang anda pilih**

Keterangan:

SS = Sangat Setuju      TS = Tidak Setuju  
 S = Setuju              STS = Sangat Tidak Setuju  
 KS = Kurang Setuju

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	(Kualitas Pelayanan) :					
1	Fasilitas PT Kantor Pos Manado ( Locket, Ruang Tunggu ) Terlihat Bersih dan Rapi.					
2	Sarana Pendukung Pengiriman (Kendaraan, Peralatan) Dalam Kondisi Baik.					
3	Kantor Pos Memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Jnaji Yang Telah Ditetapkan					
4	Setiap Transaksi Dicatat Dengan Benar Dan Akurat					

5	Pegawai Bersedia Membantu Pelanggan Ketika Menghadapi Kesulitan					
6	Petugas Mmemberikan Informasi Yng Jelas Terkait Produk Dan Layanan					
7	Pegawai Bersikap Sopan Dan Ramah Dalam Melayani Pelanggan					
8	Pegawai Memiliki Pengetahuan Yang Mamadai Untuk Menjawab Pertanyaan Pelanggan					
9	Jam Oprasional Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan					
10	Pegawai Memberikan Perhatian Secara Personal Kepada Pelanggan					

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	(Kepuasan Pelanggan ) :					
1	Saya Merasa Puas Dengan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Kantor Pos					
2	Kualitas Pelayanan Sesuai Dengan Harapan Saya					
3	Saya Bersedia Menggunakan Jasa Kantor Pos Dimasa Mendatang					
4	Saya Akan Merekomendasikan Kantor Pos Kepada Orang Lain					
5	Pelayanan Kantor Pos Secara Keseluruhan Sudah Memenuhi Kebutuhan Saya					

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Jawaban Responden Variabel (X)

Identitas Responden	KUALITAS PELAYANAN(X)										TOTAL
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	
1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
2	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	38
3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	1	33
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
7	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	45
10	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
16	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
22	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
28	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
29	4	3	2	2	4	3	4	5	4	3	34
30	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
31	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
34	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
<b>TOTAL</b>	<b>157</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>158</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>167</b>	<b>165</b>	<b>163</b>	<b>159</b>	<b>1613</b>
<b>RATA2</b>	<b>4,76</b>	<b>4,91</b>	<b>4,91</b>	<b>4,79</b>	<b>4,85</b>	<b>4,85</b>	<b>5,06</b>	<b>5,00</b>	<b>4,94</b>	<b>4,82</b>	<b>48,88</b>

Lampiran 2. Skor Kepuasan Pelanbggan (Y) Dari 36 Responden

Identitas Responden	KEPUASAN PELANGGAN (Y)					TOTAL SKOR
	y1	y2	y3	y4	y5	
1	4	4	4	3	5	20
2	3	2	4	3	4	16
3	5	5	4	5	3	22
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	5	23
6	4	5	4	5	5	23
7	4	4	4	4	5	21
8	5	5	4	5	4	23
9	4	5	3	4	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	4	24
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	4	24
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	5	21
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	4	4	4	21
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	4	5	5	24
28	4	4	2	1	2	13
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>164</b>	<b>157</b>	<b>159</b>	<b>162</b>	<b>806</b>
<b>RATA2</b>	<b>4,97</b>	<b>4,97</b>	<b>4,76</b>	<b>4,82</b>	<b>4,91</b>	<b>24,42</b>

**Lampiran 3. Total Skor Variabel KUALITAS PELAYANAN (X)  
KEPUASAN PELANBGGAN (Y)**

No	ANALISA TOTAL SKOR X1	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	10					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	1800	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 10 X 36 = 1.800				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1613					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	89.61	Gap = 10,39%				
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	450					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	450	900	1350	1800

No	ANALISA TOTAL SKOR X1	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	5					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	900	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 5 X 36 = 900				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	806					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	89.56	Gap = 10,56%				
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	225					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	225	450	675	900