



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN
POS EXPRESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. POS INDONESIA CABANG PADANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen

Diajukan Oleh :

MEDY DELTA PUTRA

02. 156. 037

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM REGULER MANDIRI

UNIVERSITAS ANDALAS

2009



No Alumni Universitas

MEDY DELTA PUTRA

No Alumni Fakultas

Biodata

a). Tempat/Tgl Lahir: Solok/ 24 Desember 1982, b). Nama Orang Tua: Edilius c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e.) No.Bp: 02156037, f). Tanggal Lulus: 9 Maret 2009, g). Prediket lulus: Memuaskan, h). IPK: i)Lama Studi: 6 tahun 4 bulan, j). Alamat Orang Tua: Komp. Lapas Solok D 12



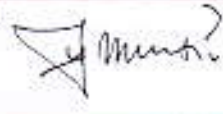
Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Pos Exspress Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Padang

Skripsi S1 Oleh Medy Delta Putra. Pembimbing: Dra Yanti. MM

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang diberikan Pos Exspress PT Pos Indonesia Cabang Padang, data diperoleh melalui kuisioner yang berisikan pernyataan terdiri dari lima dimensi kualitas Pelayanan Jasa, yaitu 1. Tangibel (berwujud), 2 Emphaty (empati), 3 Reliability (kehandalan), 4 Responsiveness (Ketanggapan), 5 Assurance (jaminan). Dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan Pos Exspress PT Pos Indonesia cabang Padang dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pos Exspress masih terdapat kekurangan-kekurangan disetiap dimensi kualitas pelayanan, hal ini terlihat dari jawaban responden untuk penilaian kinerja dari setiap item pertanyaan yang diajukan, kualitas pelayanan yang berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel Empati dan Responsiveness, sedangkan kualitas pelayanan yang memiliki nilai positif terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel Tangibel, Reliability dan Assurance.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 9 Maret 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Eri Besra, SE.MM	Toti Srimulyati, SE.MT	Dra. Yanti, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai, SE. MSi
NIP. 132 164 008


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas/ Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk memuaskan hidupnya, dimana dalam memuaskan keinginan dan kebutuhannya yang beragam tersebut, manusia tidak dapat melakukannya sendiri. Hal tersebut terjadi karena adanya keterbatasan jarak, ruang dan waktu, keterbatasan ini menimbulkan pemikiran untuk mulai membagi pekerjaan-pekerjaannya kepada orang-orang atau kelompok lain, baik dalam hal pembuatan produk ataupun penyediaan jasa, salah satu bentuk jasa yang telah cukup lama dihasilkan manusia adalah jasa pengantaran dan pengiriman barang atau yang saat ini kita kenal dengan nama jasa kurir.

Seperti halnya manusia sebagai pihak pelaku, perusahaan sebagai pihak pengelola juga tidak dapat berdiri sendiri, mereka juga memiliki keinginan dan kebutuhan akan penyediaan barang dan jasa dari individu dan perusahaan lain dalam melaksanakan kegiatan usahanya, terutama dalam hal kegiatan pengiriman dan pengantaran barang. Hadirnya perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman dan pengantaran barang ini dirasakan begitu penting dalam memberikan kontribusi bagi individu dan perusahaan lain dalam hal penyediaan jasa pengantaran dan pengiriman barang maupun surat-menyurat (dokumen). Hal ini juga dapat berarti bahwa perusahaan jasa kurir dapat membantu individu dan perusahaan lain dalam usaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Seiring dengan berkembangnya perekonomian di Indonesia saat ini yang ditandai dengan lahirnya perdagangan bebas antar negara dan penyatuan mata uang negara-negara Eropa menyebabkan semakin deras arus lafultas barang. Derasnya arus lalu lintas barang ini juga ikut dirasakan oleh Kota Padang yang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat.

Hal ini menyebabkan hadirnya begitu banyak perusahaan penyedia jasa pengiriman dan pengantaran lokal sejenis dengan penawaran yang beragam di kota Padang, salah satu perusahaan jasa di Indonesia dari sekian banyak perusahaan yang hadir di kota Padang adalah PT. Pos Indonesia. Bermunculannya perusahaan jasa kurir ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat, ketatnya persaingan ini masih ditambah lagi dengan masuknya perusahaan-perusahaan jasa kurir besar dari luar negeri seperti DHL, Fed-Ex, UPS, Tiki JNE dan TNT yang ikut meramaikan persaingan dalam negeri, terutama di wilayah kota Padang seiring dengan berlakunya AFTA di Indonesia.

Bagi Pos Express PT. Pos Indonesia hal ini merupakan tantangan, karena mereka harus mampu bersaing dengan perusahaan jasa kurir lainnya, baik dengan perusahaan lokal maupun asing dalam menghadapi ketatnya persaingan ini. Pos Express berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya secara lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya untuk dapat meraih kepuasan pelanggan. Banyak cara yang telah dilakukan untuk dapat mempertahankan eksistensi bisnis jasa kurir mereka, antara lain dengan menerapkan teknologi informasi, seperti penggunaan jaringan internet dan sistem informasi dalam perusahaan mereka, mereka beranggapan bahwa dengan

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh pelayanan Jasa Pengiriman yang diberikan oleh Pos Exspress terhadap Pelanggannya, analisa data yang digunakan adalah pengolahan data SPSS. Sampel yang diambil adalah para pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman Pos Exspress pada PT. Pos Indonesia cabang Padang.

Berdasarkan pembahasan dan analisa dari penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya tentang kualitas pelayanan (tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance) terhadap kepuasan pelanggan Pos Exspress PT POS Indonesia cabang padang dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan (tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pos Exspress PT. Pos Indonesia secara bersama – sama.
2. Berdasarkan hasil analisis validitas dan reliabilitas, bahwa item-item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung variable kualitas pelayanan yaitu Tangible, emphaty, Reliability, Responsive dan Assurance memiliki nilai alpha cronbach $> 0,6$ dan nilai r hitung berada diatas nilai r tabel ($r=0,205$) maka semua pertanyaan valid dan reliabel
3. Berdasarkan hasil uji t, yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Pos Ekspress PT. Pos Indonesia cabang Padang adalah variabel Reliabilitas dengan nilai p value correlasinya (0.001). Ini diartikan bahwa apabila semakin dekat dengan nilai 0 (*constant*) maka semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel tangible

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta. DH dan Irawan. (1995), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Charles, Lamb dkk. (2001), *Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta.
- Djaslin Saladin dan Yevis Martoes. (2002), *Intisari dan Unsur-unsur Pemasran Modern*, Linda Karya, Bandung.
- Engel, F, James, Roger dan Miniard, W. (1993) *Consumer Behavior*, Mc Grawhill.
- Kotler, Philip. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, International Edition*, Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jilid I, edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran 1 edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran 2 edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Madura, Jeff. (2001), *Pengantar Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Parasuraman, A and Berry Leonard. (1991). *Marketing service : Competing Through Time*, The Free Press A Division of McMillan, Inc. New York.
- Payne, Adrian. (2000). *Pemasaran Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Payne, Adrian. (2000), *The Essence of Service Marketing (Terjemahan)*, Edisi 1, Andi, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. (2006), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku 2, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta.
- Santoso, S. (2002), *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Elek Media Komputindo, Jakarta.