

**PENGARUH PELAYANAN JASA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS
INDONESIA CIANGSANA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan
Program Strata Satu Program Studi Manajemen



Oleh :

AAN NURAENI

NIM : 2014511204

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1
JAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Aan Nuraeni

NIM : 2014511204

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya berada dipundak saya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Jakarta, Maret 2018

Aan Nuraeni
NIM: 2014511204

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aan Nuraeni
NIM : 2014511204
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Jasa dan Promosi terhadap
Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia
Ciangsana

Jakarta, 05 Maret 2018

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Laela, MM

**PENGARUH PELAYANAN JASA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS
INDONESIA CIANGSANA**



AAN NURAENI
NIM: 2014511204

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari Jum'at tanggal 09 bulan Maret tahun 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
Skripsi Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. **Y.I. GUNAWAN, SE.MM**

Ketua

Tanggal : 09 Maret 2018

2. **Dra. Anik Ariyanti, MM**

Anggota

Tanggal : 09 Maret 2018

3. **Dra. Siti Laela, MM**

Anggota

Tanggal : 09 Maret 2018

Menyetujui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA
Program Sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program

Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM

Tanggal :

ABSTRAK

Pelayanan Jasa dan Promosi merupakan dua dari beberapa faktor yang diduga relatif besar memiliki pengaruh dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia. Untuk membuktikan pengaruh keduanya maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan Jasa dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia

Penelitian dilakukan pada PT. Pos Indonesia dengan mengambil 100 orang sebagai sampel penelitian yang dihitung dengan menggunakan rumus z dengan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Pengambilan data dilakukan dengan instrumen kuesioner tertutup, lima skala penilaian dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Penelitian dilakukan secara kuantitatif. Penulis menggunakan uji instrumen berupa : Validitas dan Reliabilitas. Penulis juga menggunakan Analisis Koefisien Determinan dan Regresi Linier Ganda digunakan sebagai alat analisis sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F.

Dengan demikian penelitian menghasilkan tiga temuan utama sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu : 1) Ada pengaruh signifikan secara simultan Pelayanan Jasa dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen ; 2) Ada pengaruh signifikan secara parsial Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen; 3) Ada pengaruh signifikan secara parsial Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, penulis menemukan cara untuk meningkatkan perbaikan Pengaruh Pelayanan Jasa dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Kata kunci :

Pelayanan Jasa, Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Service and Promotion are two of the factors that are suspected to have a big influence in influencing the Consumer Satisfaction of PT. Indonesian post. To prove the influence of both then conducted this research with the aim to know the Influence of Service and Promotion of Satisfaction of Consumer PT. Indonesian post.

Research conducted at PT. Pos Indonesia by taking 100 people as a sample of research calculated by using the formula z with an error rate of 0.05. The data were collected using closed questionnaire instruments, five scoring scales from strongly disagree to strongly agree. The research was conducted quantitatively. The author uses the test instruments in the form: Validity and Reliability.

The author also uses Determinant Coefficient Analysis and Multiple Linear Regression is used as a tool of analysis whereas hypothesis testing is done by t test and F test. Thus the research yields three main findings in accordance with the proposed hypothesis, namely: 1) There is a significant influence simultaneously Service and Promotion of Consumer Satisfaction ; 2) There is partially significant influence of Service to Customer Satisfaction; 3) There is a significant influence Partially Promotion on Consumer Satisfaction.

Based on these findings, the authors found a way to improve the Improvement of Service Effects and Promotion on Consumer Satisfaction

Keywords:

Service, Promotion, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada ALLAH S.W.T, karena atas lindungan-Nya maka skripsi dengan judul “PENGARUH PELAYAN JASA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS INDONESIA CIANGSANA” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Selain daripada itu, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Siti Laela, MM. selaku pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini,
2. Dr. Suyanto, SE, MM, M.Ak. selaku Ketua STIE IPWIJA,
3. Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM, selaku Ketua Program Sarjana – Program Studi Manajemen STIE IPWIJA,
4. Segenap staff Dosen STIE IPWIJA yang telah banyak memberikan pengetahuan selama masa perkuliahan,
5. Seluruh konsumen PT. Pos Indonesia khususnya di cabang ciangsana yang telah membantu dalam pengisian kuesioner yang diajukan penulis,
6. Rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga, skripsi ini penulis persembahkan secara khusus untuk orangtuaku tercinta yang telah memberikan do’a dan dukungan serta perhatian dan curahan kasih sayangnya yang dapat memberikan motivasi dan semangat kepada penulis. Semoga beliau selalu dalam rahmat dan lindungan Allah SWT.

7. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Kawan-kawan STIE IPWIJA khususnya kelas D2 Reguler yang saling bertukar pendapat serta pemikiran dalam proses belajar dan dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan yang Bapak, Ibu, dan rekan – rekan berikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan penulis juga berharap hasil penelitian yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, pembaca, pelaku bisnis dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu serta perkembangan ilmu pengetahuan.

Penulis

Aan Nuraeni

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Persetujuan Dosen Pembimbing.....	iii
Pengesahan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	6
1.4.Manfaat Penelitian.....	6
1.5.Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. Pelayanan Jasa.....	11
2.1.3. Promosi.....	17
2.1.4. Kepuasan Konsumen.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
2.4. Hipotesis.....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32

3.2. Desain Penelitian.....	33
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	34
3.4. Populasi, Sampel, dan Metode Sampling.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6. Instrumentasi Variabel Penelitian.....	37
3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	39
3.8.1. Metode Analisis.....	39
3.8.2. Pengujian Hipotesis.....	42

BAB 4 PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Umum.....	46
4.1.2. Sejarah Perusahaan.....	46
4.1.3. Struktur Organisasi.....	49
4.1.4. Karakteristik Responden.....	54
4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.1.6. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.1.7. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	66
4.2. Pembahasan.....	77
4.2.1. Pengaruh Pelayanan Jasa dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	79
4.2.2. Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	80
4.2.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	81

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Scatterplot Uji Asumsi Heterokedstisitas.....	70
Gambar 4.2 Rangkuman Hasil Analisa.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skedul Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 4.1 Layanan Pos.....	54
Tabel 4.2 Distribusi Data Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Distribusi Data Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.4 Distribusi Data Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Distribusi Data Berdasarkan Lama Berlangganan.....	57
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Pelayanan Jasa.....	58
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Jasa.....	58
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Promosi	60
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Pelayanan Jasa.....	64
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Promosi.....	65
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4.15 Uji Asumsi Normalitas Variabel Pelayanan Jasa, Promosi dan Kepuasan Konsumen.....	67
Tabel 4.16 Coefficients Uji Asumsi Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.17 Model Summary Uji Asumsi Autokorelasi.....	69
Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Ganda.....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Simultan.....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	74
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Distribusi Jawaban Respponden
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Persaingan usaha dalam hal ini dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti TIKI, JNE, JNT, PAHALA Express dan ESL Express. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelaku tidak

berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan.

Kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi serta kualitas pelayanan dan produk sangat menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi maka hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin dengan baik dan memungkinkan untuk terciptanya loyalitas pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui kekurangan apa saja yang harus diperbaiki dan apa yang harus perusahaan tingkatkan agar mencapai kepuasan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah berinteraksi.

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu juga dengan PT.Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT.Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah memiliki image dan brand yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT.Pos

Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup. Bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan pelanggan jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dan kualitas produk yang bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena saat ini semakin meningkat persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena ini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Selain kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk-produk yang diminati dan sesuai selera pelanggan. Produk yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi pelanggan maupun perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam

volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

PT.Pos Indonesia cabang Cibinong dirasa kurang optimal sehingga pelanggan merasa ketidakpuasan. Berdasarkan observasi, loyalitas pelanggan yang kurang optimal terdapat pada pelayanan dan produk. Pelayanan di customer service hanya ada 1 karyawan dan sebaliknya pelanggan yang datang rata-rata sebesar 20 orang per hari ke customer service untuk menanyakan beberapa urusan yang membutuhkan cap dari kantor. Berdasarkan pengamatan, jumlah karyawan yang hanya 1 di customer service menyebabkan pelanggan sering menunggu selama 10 menit untuk bertemu.

Beberapa temuan lain terkait pelayanan adalah sistem antrian di loket. Pasalnya, saat para pelanggan melakukan transaksi harus mengantri sepanjang 10 orang hingga 15 orang dengan berdiri dikarenakan tidak adanya sistem nomor antrian pada loket. Pelayanan yang diberikan oleh PT.Pos Indonesia sangat disayangkan mengingat perusahaan tersebut milik negara. PT.Pos Indonesia memiliki 4 layanan paket pos yaitu Paket Pos Jumbo, Paket Pos Biasa, Paket Pos Kilat dan Paket Pos Kilat Khusus. Permasalahan yang sering muncul dalam bidang pengiriman paket yaitu pelaksanaan pengiriman

yang berakhir pada keterlambatan. Paket Pos Kilat Khusus yang memberikan layanan prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia dalam jaminan 4 hari penyerahan kiriman yang pada pelaksanaannya terkadang terjadi hambatan yang berakhir pada keterlambatan. Permasalahan juga sering terjadi pada paket kiriman biasa ataupun paket kiriman dari atau keluar negeri yang terkadang terhambat karena proses pemeriksaan oleh bea cukai ataupun karena wilayah yang dituju susah untuk ditempuh yang pada akhirnya menjadi permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT.Pos Indonesia itu sendiri.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia Ciangsana”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan jasa dan promosi terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa dan promosi terhadap kepuasan konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini memberikan tambahan referensi guna penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap konsumen. Disamping itu dapat memberikan pengetahuan bagi akademisi terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti akan seluk beluk dunia pemasaran jasa.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan didalamnya menjelaskan isi dari tiap bab yang ada dalam laporan mengenai penulisan penelitian laporan ini, maka penulisan disusun sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan serta manfaat penelitian, kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori yang relevan sesuai dengan penelitian yang dilakukan, mengenai manajemen pemasaran, pelayanan jasa, promosi dan kepuasan konsumen.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka pemikiran dengan metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang pemilihan subjek penelitian, penyajian data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Hasil yang ditampilkan meliputi penyajian data berisi tentang gambaran responden serta gambaran dari distribusi item

variabel penelitian. Pada bagian pembahasan akan disajikan pula tentang analisis serta interpretasi dari data yang diperoleh selama penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian ini yang telah dianalisis pada bab terdahulu, serta rekomendasi yang berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan bagi organisasi atau perusahaan.