

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN
PAKET PT. POS INDONESIA DENGAN METODE *SERVQUAL*
DAN IPA**

(Studi Kasus: Pelanggan di Kantor Pos Indonesia Makassar 90000 Jln.
Slamet Riyadi, Makassar)

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Teknik
pada Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin



Disusun Oleh:

RAHMAT HIDAYAT M
D221 16 004

DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2020



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN
PAKET PT. POS INDONESIA DENGAN METODE *SERVQUAL*
DAN IPA**

(Studi Kasus: Pelanggan di Kantor Pos Indonesia Makassar 90000 Jln.
Slamet Riyadi, Makassar)

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Teknik
pada Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin



Disusun Oleh:

RAHMAT HIDAYAT M
D221 16 004

DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2020



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET
PT. POS INDONESIA DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN IPA**

Disusun oleh :

RAHMAT HIDAYAT M


D221 16 004

Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Dr. Ir. H. Svamsul Bahri, Msi., IPU.
NIP. 19611113 198702 1 003


Ir. Armin Darmawan, ST., ST., IPM
NIP. 19820220 201212 1 003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin




Dr. Ir. Saiful, S.T., M.T.
NIP. 19810606 200604 1 004



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RAHMAT HIDAYAT M

NIM : D22116004

Judul Skripsi : "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia Dengan Metode *Servqual* Dan IPA (Studi Kasus: Pelanggan di Kantor Pos Indonesia Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi, Makassar)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Hasanuddin.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Makassar, 10 November 2020
Yang membuat pernyataan,



RAHMAT HIDAYAT M

NIM. D22116004



ABSTRAK

Dalam era globalisasi, banyak perusahaan yang bergerak di sektor jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia yang memerlukan jasa tersebut sehingga membuat perkembangan industri jasa sangatlah pesat. Hal ini kemudian menjadi tantangan bagi PT. Pos Indonesia untuk menarik minat pelanggan agar menggunakan jasa yang ditawarkan. Kajian ini berfokus pada analisis tingkat kualitas pelayanan jasa pengiriman paket di Kantor Pos Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi No. 10 sehingga dapat diketahui jenis pelayanan yang perlu dipertahankan dan yang perlu untuk dilakukan perbaikan. Metode kajian yang digunakan yaitu dengan melakukan survey terhadap pelanggan Kantor Pos Makassar di Jln. Slamet Riyadi No. 10 dengan menggunakan kuisisioner yang dibuat berdasarkan lima dimensi kualitas jasa pada metode *Servqual* diantaranya yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Hasil analisis menunjukkan 23 atribut bernilai negatif yang berarti pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan kurang memuaskan dibandingkan dengan tingkat harapan pelanggan terhadap pelayanan tersebut. Berdasarkan diagram Kartesius pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dari 23 atribut, terdapat 5 atribut layanan yang berada pada kuadran I (Prioritas utama) diantaranya yaitu 3 atribut di dimensi *responsiveness*, 1 atribut di dimensi *assurance*, dan 1 atribut di dimensi *empathy*. Hal ini menunjukkan bahwa menurut pelanggan, 5 atribut tersebut sangat penting tetapi kinerja yang diberikan masih kurang sehingga diperlukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: *SERVQUAL*, Jasa Pengiriman, Diagram Kartesius, IPA



ABSTRACT

In the era of globalization, many companies engaged in the service sector by looking at the many human needs that require these services, making the development of the service industry very rapid. This then drives a challenge for PT. Pos Indonesia to attract customers to use the services offered. This study focuses on analyzing the level of quality of the package delivery services at Kantor Pos Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi No. 10 so that it can be known which types of services need to be maintained and which need to be improved. The study method used is to conduct a survey of Kantor Pos Makassar customers at Jln. Slamet Riyadi No. 10 by using a questionnaire based on five dimensions of service quality in the Servqual method namely Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.

The results of the analysis show 23 negative value attributes meaning the service perceived by the customer is less satisfying compared to the level of customer expectations for the service. Based on the Cartesian diagram on the Importance Performance Analysis (IPA) method of 23 attributes, there are 5 service attributes that are in quadrant I (Top priority) including 3 attributes in the responsiveness dimension, 1 attribute in the assurance dimension, and 1 attribute in the empathy dimension. This shows that according to the customer, the 5 attributes are very important but the performance provided is still lacking so that improvements are needed to improve the quality of service.

Keywords: SERVQUAL, Delivery Services, Cartesian Diagram, IPA



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kehadirat Allah SWT karena atas kasih karunia, berkat dan hikmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia Dengan Metode *Servqual* dan IPA. Salam dan shalawat tak lupa pula saya kirimkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat sekarang ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, sumbangan pemikiran dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Muslimin dan ibu Syamsidar yang telah mendidik saya, merawat saya sedari kecil, memberikan doa dan motivasi selama ini terutama dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Ir. Saiful, S.T., M.T. selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si, IPU selaku pembimbing I dan bapak Ir. Armin Darmawan, ST., MT.,IPM selaku pembimbing II dalam menyusun tugas akhir ini, terima kasih atas bimbingan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini mulai dari awal hingga selesai.
4. Bapak dan ibu dosen serta staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.



5. Pimpinan dan seluruh pegawai Kantor Pos Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi No. 10 yang telah mengizinkan dan membantu saya dalam proses pengambilan data.
6. Novita Chairani Solichah beserta keluarga yang selalu memberikan motivasi dan memberikan semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini serta banyak membantu saya ketika mencari referensi mengenai topik tugas akhir saya.
7. Farah sebagai teman diskusi saya yang telah memberikan banyak masukan mengenai tugas akhir saya, fia yang sering saya minta tolong ketika ada sesuatu yang tidak bisa saya kerjakan, tyia dan ninda yang terus memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi saya, terima kasih sudah mau direpotkan oleh saya sebagai sesama asisten statistik dan manajemen mutu.
8. Saudara-saudaraku Teknik angkatan 2016 yang telah memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan baik dalam segi akademik maupun non akademik. Terkhusus kepada teknik industry angkatan 2016 (Z16MA) yang merupakan teman kelas saya sejak awal perkuliahan, selalu membantu baik dalam keadaan susah maupun senang, teman diskusi mengenai topik penelitian, berbagi pengetahuan baru, berbagi cerita, dan menulis sejarah bersama sebagai pengurus di HMTI FT-UH periode 2019.
9. Keluarga asisten Lab. Statistik dan Manajemen Mutu, khususnya kepada kak Abe, kak Hendra jamal, kak Heri, kak Riska, kak Andre, kak Isma, kak

riah, kak Akbar sebagai teman diskusi dan tempat saya bertanya terkait
s akhir saya



10. Teman-teman saya dan seluruh pihak yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu yang turut membantu dalam menyelesaikan tugas akhir saya.

Dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan tugas akhir ini. Saya berharap semoga karya yang sederhana dapat bermanfaat dengan baik untuk saya pribadi, para pembaca, Kantor Pos Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi No. 10, serta Mahasiswa Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Gowa, 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kualitas	8
2.3 Kualitas Jasa (Pelayanan)	8
4 Kepuasan Pelanggan.....	10
5 Service Quality.....	11



2.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	14
2.9 Uji Validitas	17
2.10 Uji Reliabilitas	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek dan Waktu Penelitian	23
3.2 Jenis Data	23
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Prosedur Penelitian	24
3.5 <i>Flow Chart</i> Penelitian	27
3.6 Kerangka Fikir	28
BAB IV PENGOLAHAN DATA	29
4.1 Kuesioner	29
4.1.1 Atribut Kuesioner	29
4.1.2 Identitas Responden	30
4.2 Uji Validitas Data	31
4.3 Uji Reliabilitas Data	34
4.4 <i>Servqual</i>	36
4.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	40
4.5.1 Diagram Kartesius	40
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42



5.1 Analisis	40
5.1.1 Tingkat Persepsi dan Harapan	40
5.1.2 Nilai <i>Gap</i>	44
5.1.3 Diagram Kartesius	45
5.2 Pembahasan	48
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	51
6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Award</i> Jasa Kurir Indonesia Tahun 2019	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1	Atribut Kuisisioner	29
Tabel 4.2	Usia Responden	30
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	31
Tabel 4.4	Uji Validitas Data Persepsi	32
Tabel 4.5	Uji Validitas Data Harapan	33
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Data Persepsi dan Harapan	36
Tabel 4.7	Penilaian Persepsi	37
Tabel 4.8	Penilaian Harapan	38
Tabel 4.9	Perhitungan Nilai <i>Gap</i>	39
Tabel 4.10	Perhitungan Nilai <i>Gap</i> Pada Setiap Dimensi	40
Tabel 5.2	Atribut Pada Kuadran I	46
Tabel 5.3	Atribut Pada Kuadran II	46
Tabel 5.3	Atribut Pada Kuadran III	47
Tabel 5.4	Atribut Pada Kuadran IV	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model pengukuran perspektif pelanggan menurut Kaplan dan Norton (2000).....	13
Gambar 2.2 Model <i>Service Quality</i>	16
Gambar 2.3 Pembagian Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> dalam Rangkuti (2003)	19
Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i> Penelitian.....	27
Gambar 3.2 Kerangka Fikir	28
Gambar 4.2 Diagram Kartesius	40
Gambar 5.1 Tingkat Persepsi Pelanggan	42
Gambar 5.2 Tingkat Harapan Pelanggan.....	43
Gambar 5.3 Nilai <i>Gap</i>	44
Gambar 5.4 Daigram Kartesius	45



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Penilaian Persepsi Pelanggan
- Lampiran 3. Data Penilaian Harapan Pelanggan
- Lampiran 4. Hasil SPSS data Persepsi
- Lampiran 5. Hasil SPSS data Pelanggan
- Lampiran 6. Tabel



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, banyak perusahaan industri yang bergerak disektor jasa dengan melihat banyaknya kebutuhan manusia yang memerlukan jasa tersebut sehingga membuat perkembangan industri jasa sangatlah pesat. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 tahun 2012 tentang Cetak Biru pengembangan Sistem Logistik Nasional Poin D Tantangan yang dihadapi salah satunya menguraikan tentang tuntutan dari produsen barang yang akan semakin kompleks diantaranya yaitu kecepatan tanggap pada tuntutan pelanggan, jangkauan layanan yang lebih luas termasuk lintas Negara, ketepatan dan kecepatan waktu pengantaran, fleksibilitas untuk melakukan pengantaran yang semakin sering dan cepat, tuntutan atas keamanan barang dari pencurian dan juga keutuhan barang selama perjalanan, tuntutan untuk dapat ikut menjaga dan meningkatkan *corporate image* dari produsen, tuntutan untuk dapat memberikan layanan yang memberi nilai tambah bagi produsen. Hal tersebut mendorong perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang sama diharuskan untuk tetap menjaga kualitas pelayanan terhadap konsumennya. Agar dapat bersaing secara optimal, perusahaan harus mematangkan kualitas pelayanan yang

...n diberikan kepada konsumen. Menurut (Koestanto, 2014), ada lima dimensi yang berhasil mengidentifikasi kualitas jasa yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan



(*assurance*), perhatian (*emphaty*). Dengan adanya pelayanan yang baik dari perusahaan, konsumen akan merasa puas dengan jasa yang diterima. Dengan banyaknya pilihan jasa dari beberapa perusahaan, konsumen akan membandingkan kualitas pelayanan dari perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya. Ketika konsumen sudah merasa puas dengan satu perusahaan, mereka akan membeli ulang, serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan atau perusahaan yang sama. Kualitas pelayanan tersebut akan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen sehingga membuat konsumen tersebut loyal. Sehingga perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang terbaiklah yang dapat bersaing di era globalisasi saat ini.

Kantor Pos Makassar 90000 yang terletak di Jl. Slamet Riyadi No. 10 Kota Makassar merupakan sub bagian yang didirikan PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia merupakan BUMN yang dimana pada saat ini telah memiliki 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100% kabupaten/kota, hamper 100% kecamatan dan 42% kelurahan/desa dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Perusahaan ini memberikan beberapa pelayanan jasa, salah satunya adalah pelayanan jasa pengiriman paket. Adapun beberapa perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang sama adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), PT. Global Jet Express (J&T Express), PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) dan masih banyak perusahaan

nya.



Tabel 1.1 Top Brand Award Jasa Kurir Indonesia Tahun 2019

No.	Brand	Top Brand Index
1	JNE	26,4%
2	J&T	20,3%
3	Tiki	12,6%
4	Pos Indonesia	5,4%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data tersebut, Pos Indonesia yang merupakan penyedia jasa pengiriman tertua di Indonesia, terpaut sangat jauh dari pesaingnya. Selain itu pada akun resmi pos Indonesia di twitter, ada beberapa tanggapan dan komentar dari pengguna layanan jasa pengiriman paket mulai dari proses pengiriman yang lambat, kurir tidak mengantarkan paket sampai tujuan sehingga konsumen harus ke kantor untuk mengambil paketnya sendiri, proses antrian yang lama dan lain-lain. Hal tersebut kemudian menjadi tantangan bagi PT. Pos Indonesia untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga Pos Indonesia dapat mengalahkan pesaingnya.

Adapun metode yang sering digunakan oleh peneliti untuk menganalisis tingkat kualitas dari perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah *SERVQUAL* dan IPA. Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan *gap*. *Servqual* dirancang untuk mengukur kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen menggunakan lima dimensi kualitas jasa dengan melihat *gap* antara harapan dan persepsi konsumen. *Servqual* merupakan metode yang paling banyak digunakan

kena *Servqual* memenuhi syarat validitas secara statistic untuk berbagai teks layanan. Sedangkan untuk analisis atribut yang perlu dilakukan



perbaikan maupun yang perlu dipertahankan, dapat dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari suatu atribut. Metode IPA merupakan metode dengan cara penggunaan yang sederhana, metode IPA mampu melakukan pengambilan keputusan untuk melihat prioritas jenis layanan yang perlu dilakukan perbaikan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa pengiriman paket Kantor Pos Makassar 90000 menurut pelanggan, sehingga dapat diketahui jenis pelayanan yang perlu dipertahankan kinerjanya dan jenis pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan. Adapun untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan Kantor Pos Makassar 90000, perlu diketahui kualitas pelayanan melalui perhitungan *Servqual*, yang menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan dan juga perlu diketahui pelayanan yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman Kantor Pos Makassar 90000 menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, diperoleh rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini:

a. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen

berdasarkan persepsi dan harapan dalam jasa pengiriman paket Kantor Pos Makassar 90000?



- b. Jenis pelayanan apa yang perlu ditingkatkan oleh Kantor pos Makassar 90000 untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, diperoleh tujuan penelitian untuk:

- a. Mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen berdasarkan persepsi dan harapan dalam jasa pengiriman paket Kantor Pos Makassar 90000
- b. Mengidentifikasi jenis pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh Kantor Pos Makassar 90000 untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah responden merupakan pelanggan pelayanan jasa pengiriman Kantor Pos Makassar 90000 Jln. Slamet Riyadi No. 10 atau orang yang pernah menggunakan pelayanan tersebut selama 1 tahun terakhir di Kantor Pos Makassar 90000.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai tambahan referensi, khususnya mengenai pengendalian kualitas pada sebuah perusahaan, yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang



memerlukan. Selain itu, dapat pula membina kerja sama yang baik antara lingkungan akademik dengan lingkungan kerja.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di bangku perkuliahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman alur penelitian, maka penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menjelaskan latar belakang dilakukannya penelitian serta terdapat penjelasan mengenai rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian bagi perguruan tinggi, perusahaan dan peneliti serta sistematika penulisan laporan dari tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ke-dua berisi penjelasan mengenai dasar teori yang akan digunakan dalam melakukan penelitian untuk membantu



pemahaman dalam pengolahan dan analisa data. Landasan teori ini diperoleh dari studi literatur melalui buku, jurnal, dan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ke-tiga berisi tentang tempat dan waktu penelitian dilakukan, subjek dan objek penelitian, data penelitian (jenis-jenis data dan metode pengambilan data), *flowchart* penelitian yang menjelaskan tahap-tahap penelitian dan kerangka fikir.

BAB IV PENGOLAHAN DATA

Bab ke-empat berisi kuisisioner, data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang diperoleh selama penelitian seperti hasil kuisisioner, dan pengolahan data dengan menggunakan metode tertentu.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ke-lima berisi tentang analisis dan pembahasan yang didapat dari hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ke-lima berisi tentang pernyataan singkat dan dijabarkan dari hasil penelitian mengenai penelitian yang dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian maka dapat dibuat suatu kesimpulan dan saran yang dibuat untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas

Menurut *American Society For Quality Control* kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2001).

Menurut ISO 8402 dan Standar Nasional Indonesia (SNI 19-8402-1991), “kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan”. Suatu perusahaan kemudian harus mempertimbangkan aspek kualitas mengingat terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi keberlangsungan suatu perusahaan seperti pendeknya umur produk, jenis produk yang bervariasi, dan perkembangan teknologi, untuk mengurangi terjadinya risiko yang lebih besar (Andriani, Setyanto & Kusuma, 2017).

Menurut Scherkenbach “kualitas adalah mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah di bayarkan” (Wahyu, 2018). Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas adalah seberapa mampu suatu produk atau jasa dapat memuaskan atau sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

2.1.1 Kualitas Jasa (Pelayanan)

Salah satu yang paling mempengaruhi kualitas dalam industri jasa adalah pelanggan. Setiap pelanggan memiliki perspektif yang berbeda



dalam melihat kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan perlu memenuhi perspektif pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Menurut Gasperz, pelayanan didefinisikan sebagai aktivitas pada keterkaitan antara pemasok dan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Raharjo, 2009).

Menurut Nasution (2004), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Puspitasari, 2010).

Menurut Rosyidah et al (dalam Wahyu, 2018) mendefinisikan kualitas jasa sebagai kualitas yang memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dan adapun cara menilai menurut Parasuraman (dalam Wahyu, 2018) ada 2 faktor utama untuk mempengaruhi kualitas jasa yaitu: *Expected Service* (Jasa yang diharapkan) dan *Perceived Service* (Jasa yang dirasakan)

Salah satu parameter pengukuran kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (dalam Zakiyah, 2017) telah mengidentifikasi lima unsur pengukuran kualitas pelayanan yang berkualitas tersebut yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangible*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya Tanggap (*responsiveness*)



d. Jaminan (*assurance*)

e. Empati (*empathy*)

Terdapat sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *competence* (kemampuan), *access* (mudah diperoleh), *courtesy* (keramahan), *communication* (komunikasi), *credibility* (dapat dipercaya), *security* (keamanan), *understanding (knowing the customer)* (memahami pelanggan), dan *tangibles* (bukti nyata yang kasat mata).

Terdapat dua jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa, yaitu kualitas teknik (*outcome*) dan kualitas pelayanan (proses). Kualitas teknik berkaitan dengan hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri, sementara kualitas pelayanan berkaitan dengan cara penyampaian jasa tersebut. Pelanggan menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu terkait kualitas proses dan pelayanan yang diwakili oleh beberapa atribut (Rangkuti, 2002).

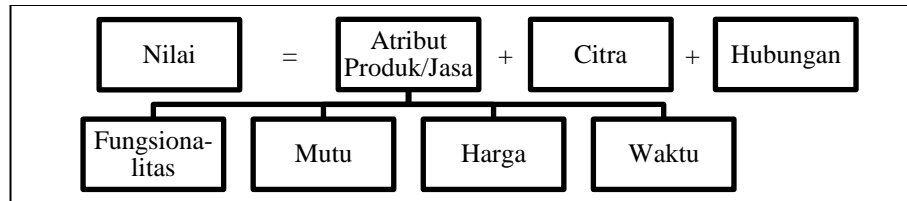
2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Zakiyah (2017) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Kaplan dan Norton (2000) mengukur perspektif pelanggan berdasarkan model yang dapat dilihat pada Gambar 2.1. Terdapat atribut g terdiri dari fungsionalitas, harga, mutu, dan waktu. Terdapat pula



hubungan pelanggan yang terdiri dari penyampaian kepada pelanggan yang meliputi dimensi waktu tanggap dan penyerahan, serta perasaan pelanggan setelah membeli produk/jasa dari perusahaan yang bersangkutan (Sitinjak, Durianto, Sugiarto, & Yunarto, 2004).



Gambar 2.1 Model pengukuran perspektif pelanggan menurut Kaplan dan Norton (2000)

Sumber: Sitinjak, Durianto, Sugiarto & Yunarto (2004:7)

2.4 *Service Quality*

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan, salah satunya yaitu gap model yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. Model tersebut dikenal dengan *Servqual*. Parasuraman, et al dalam Murhestriarso (2009) melakukan pengembangan terhadap model *servqual* yang semula ada 10 dimensi disederhanakan menjadi hanya 5 dimensi kualitas pelayanan walaupun konsepnya tetap sama, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yakni bukti nyata yang kasat mata, misalnya fasilitas fisik, peralatan kerja yang digunakan, alat serta bahan komunikasi, penampilan karyawan serta kondisi lingkungan sekitar.
2. Keandalan (*reliability*), yakni menyangkut kemampuan menyediakan layanan yang akurat, meyakinkan dan terpercaya sehingga penyedia jasa pelayanan dapat dikatakan memenuhi



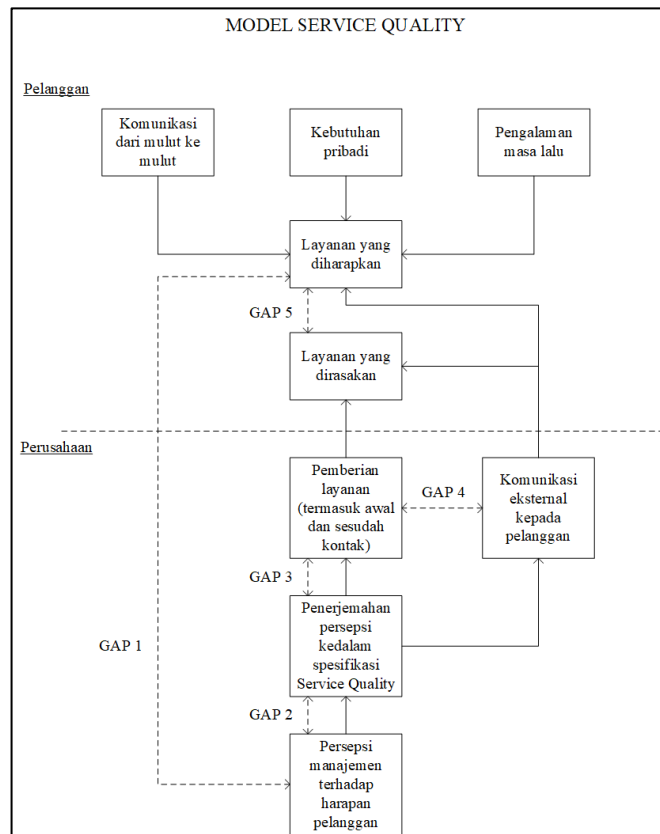
janjinya, misal yang terkait dengan ketepatan waktu penyelesaian layanan dan penanganan keluhan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yakni menyangkut kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera, indikatornya adalah kesigapan petugas dalam menerima pelanggan dan memberikan pelayanan yang diperlukan
4. Kepastian (*assurance*), yakni menyangkut pengetahuan, keramahan, serta kemampuan petugas dalam menjaga kepercayaan masyarakat.
5. Empati (*empathy*), yakni menyangkut perhatian penyedia pelayanan kepada individu masyarakat sebagai manusia, dengan adanya kemudahan berinteraksi, komunikasi yang baik serta adanya perhatian secara pribadi.

Pengukuran kualitas pelayanan dalam model *servqual* didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas pelayanan tersebut di atas. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi atau sama dengan harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika dalam kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan (Murhestriarso, 2009).



Terdapat lima *gap* kualitas jasa yang berpotensi menjadi hambatan dalam memberikan layanan yang berkualitas yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).



Gambar 2.2 Model *Service Quality*, Sumber: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985:44)

Lima *Gap* tersebut antara lain adalah *Gap* 1, 2, 3, 4, dan 5. *Gap* 1 merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen. *Gap* 2 merupakan perbedaan antara persepsi manajemen dan spesifikasi *service quality*. *Gap* 3 merupakan perbedaan antara spesifikasi *service quality* dan *service delivery*. *Gap* 4 merupakan perbedaan antara *service delivery* dan komunikasi eksternal. *Gap* 5 ($f(\text{Gap 1, Gap 2, Gap 3, Gap 4})$)

merupakan perbedaan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).



$$\text{Gap} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \dots\dots\dots(2.1)$$

1. Gap Positif

Dikatakan Gap positif apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih besar dari harapan pelanggan. Dapat dikatakan bahwa pelanggan sangat puas pada layanan yang diterimanya.

2. Gap Nol

Gap nol berarti kualitas pelayanan yang diterima pelanggan sama dengan yang diharapkan pelanggan. Hal ini dapat juga dikatakan bahwa pelanggan merasa puas pada layanan yang diberikan perusahaan.

3. Gap Negatif

Gap negatif apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini berarti juga bahwa pelanggan merasa tidak puas pada layanan yang diberikan perusahaan (Wahyu, 2018).

2.5 Importance Performance Analysis

Menurut Theresia, *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang memetakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) aspek pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) dari aspek pelayanan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan (Yulianti, 2016).

Menurut Tjiptono dan Candra (dalam Wahyu, 2018), IPA adalah suatu pengukuran atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi



berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai cut-off atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah. IPA memiliki fungsi untuk menampilkan faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta faktor yang perlu ditingkatkan menurut pelanggan (Napitupulu, 2016).

$$x_i = \frac{\sum \text{persepsi pelanggan}}{n} \dots\dots\dots (2.2)$$

$$y_i = \frac{\sum \text{harapan pelanggan}}{n} \dots\dots\dots (2.3)$$

Keterangan:

x_i = tingkat persepsi

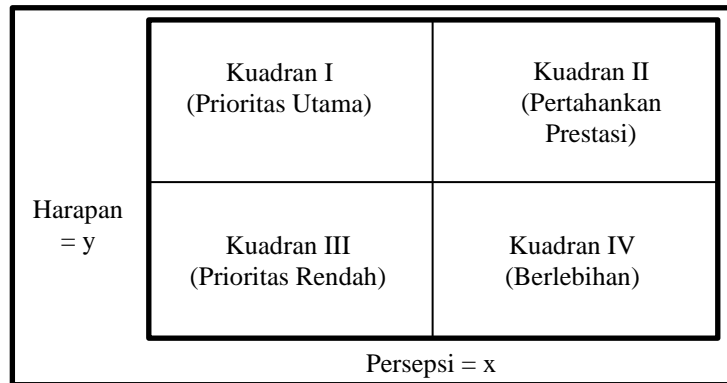
y_i = tingkat harapan

n = besar sampel

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat harapan dan persepsi dalam grafik dua dimensi, dimana sumbu x mewakili persepsi dan sumbu y



mewakili harapan (Napitupulu, 2016). Grafik tersebut kemudian dibagi menjadi empat buah kuadran yang dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Pembagian Kuadran *Importance Performance Analysis* dalam Rangkuti (2003)

Sumber: Napitupulu (2016:56)

Menurut Rangkuti (2003) diagram pada gambar 2.3 terdiri dari empat kuadran yaitu:

- a. Kuadran I, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat harapan yang relatif tinggi tetapi belum sesuai dengan persepsi pelanggan. Item yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan persepsinya.
- b. Kuadran II, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat harapan relatif tinggi dengan tingkat persepsi yang relatif tinggi pula. Hal yang harus dilakukan adalah mempertahankan karena item-item pada kuadran tersebut menjadikan jasa/layanan unggul di mata pelanggan.
- c. Kuadran III, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat harapan yang relatif rendah dengan tingkat persepsi yang relatif rendah. Item yang masuk dalam kuadran ini dianggap memberikan pengaruh sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan.



d. Kuadran IV, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat harapan yang relatif rendah dengan tingkat persepsi yang relatif tinggi. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi biaya yang menunjang item yang masuk kuadran ini agar dapat menghemat biaya pengeluaran.

(Napitupulu, 2016)

2.6 Uji Validitas

Validitas menunjukkan ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Misalnya, sebuah instrumen yang melibatkan variabel yang tidak bisa diukur secara langsung, yang digunakan dalam sebuah penelitian haruslah valid agar hasilnya dapat dipercaya. Berikut ini kriteria yang dapat digunakan untuk menguji sebuah instrumen penelitian, misalnya kuesioner (Siregar, 2017):

- a. Apabila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992. Soegiyono, 1999).
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α ; n-2) n = jumlah sampel.
- c. Nilai sig. $\leq \alpha$

Adapun untuk melakukan uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, dapat menggunakan rumus berikut (Siregar, 2017):

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (2.4)$$

eterangan:
jumlah responden



X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel (jawaban responden)

2.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten meskipun dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Siregar, 2017). Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan apabila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala, seperti 1 – 5 yang menginterpretasikan penilaian sikap. Kriteria yang digunakan untuk menentukan instrumen penelitian dikatakan reliabel adalah apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Adapun cara perhitungannya adalah sebagai berikut (Siregar, 2017):

- a. Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \dots\dots\dots (2.5)$$

- b. Menentukan nilai varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \dots\dots\dots (2.6)$$

- c. Menentukan reliabilitas instrument

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots\dots\dots (2.7)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

X_i = jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan



ΣX = total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\Sigma \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

k = jumlah butir pertanyaan

r_{11} = koefisien reliabilitas instrumen

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun) dan Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wahyu (2018), "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan dengan Metode <i>Service quality (servqual)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> "	Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Tagar Kopi	Terdapat 20 atribut dalam penelitian ini, kemudian melalui kuisioner dengan menggunakan metode <i>servqual</i> untuk mengetahui nilai gap terbesar dalam atribut kemudian diintegrasikan dengan metode IPA untuk melihat tingkat kepentingan pada tiap dimensi dan atribut.	Atribut yang harus ditingkatkan yaitu ketersediaan lahan parkir kejelasan informasi di buku menu, kecepatan waktu penyajian yang sesuai, kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon, ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu, dan kesediaan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu (Wahyu, 2018).
2.	Zakiah (2017), "Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS Indonesia Kantor Cabang Malang"	Untuk mengukur dan menguji sejauh mana pengaruh <i>tangible (X1)</i> , <i>realibility (X2)</i> , <i>responsiveness (X3)</i> , <i>assurance (X4)</i> , dan <i>emphaty (X5)</i> terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia kantor cabang Malang.	Pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> yang dimana metode ini adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa pelayanan PT. Pos Indonesia Kantor cabang Malang.	Kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>tangible (X1)</i> , <i>realibility (X2)</i> , <i>responsiveness (X3)</i> , <i>assurance (X4)</i> , dan <i>emphaty (X5)</i> mempunyai korelasi antar variable. Kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>tangible (X1)</i> , <i>realibility (X2)</i> , <i>responsiveness (X3)</i> , <i>assurance (X4)</i> , dan <i>emphaty (X5)</i> secara simultan mempunyai pengaruh yang



			Adapun analisis kualitas pelayanannya menggunakan analisis korelasi dan regresi berganda	signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun perhitungan secara parsial didapatkan hasil bahwa tiga variable independen yaitu <i>responsiveness</i> (X3), <i>assurance</i> (X4), dan <i>emphaty</i> (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan untuk variable <i>tangible</i> (X1), <i>realibility</i> (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Zakiyah, 2017).
3.	Valentina (2011), “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta”	Untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta.	Pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian adalah pelanggan tetap atau yang disebut PKS (Perjanjian Kerjasama) Pos Express Surakarta sebanyak 74 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>menggunakan random sampling</i> yaitu apabila populasinya di bawah 100, maka besarnya sampel yang diambil adalah 50% atau seluruhnya sehingga jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 37 pelanggan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan <i>importance</i>	Hasil penelitian ini yaitu pelanggan tidak puas atas pelayanan Pos Express. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan tingkat kesesuaian total antara kinerja petugas atau karyawan Pos Express dengan tingkat kepentingan pelanggan tetap Pos Express sebesar 62,14%. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja Pos Express belum sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pelanggan tetap (PKS) Pos Express.tingginya tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan pos express dapat dilihat dari atribut yang telah ditentukan, yaitu rata-rata dari tingkat kepentingan total adalah 3,52%. Angka ini menunjukkan tingkat kepentingan pelanggan tetap



			<i>performance analysis</i>	sangat penting. Rendahnya tingkat kinerja petugas pos express terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tetap juga dapat dilihat dari nilai rata-rata tingkat kinerja total sebesar 2,18%. Angka ini menunjukkan tingkat kinerja petugas kurang memuaskan pelanggan (Valentina, 2011).
4.	Puspitasari (2010), “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan <i>Integrasi Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Model Kano (Studi Kasus di PT. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)	Mengevaluasi kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang fungsional dan disfungsional dengan menggunakan integrasi <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Model Kano.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Model Kano.	Diketahui bahwa atribut yang perlu mendapat prioritas untuk ditingkatkan adalah penerapan fasilitas air Palyja yang dapat langsung diminum oleh konsumen (Puspitasari, 2010).
5.	Maisan Nusa Putri, dkk (2017), “Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengendalian Kualitas Jasa Berdasarkan Persepsi Pengunjung (Studi Kasus: Kualitas Pelayanan di Kantor Pos Padang)”	Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap variable-variabel dalam dimensi kualitas jasa, dengan menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> , dan Bagan Kendlai T ² Hotelling	Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> , dan Bagan Kendlai T ² Hotelling	Hasil penilaian dari <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> terdiri dari 2 komponen, pertama dapat dilihat dari analisis kuadran terdapat tujuh variabel yang diprioritaskan untuk ditingkatkan yaitu kebersihan petugas, ketepatan waktu pengiriman, kelancaran pelayanan, keramahan petugas, dan kesabaran petugas. Sementara itu untuk komponen kedua yaitu analisis gap diperoleh kinerja kantor pos berada di bawah kepentingan



				<p>kantor pos. dari hasil perhitungan <i>customer satisfaction index</i> (CSI) diperoleh 79,55%, hal ini berarti secara umum pengunjung kantor pos merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan bagan kendali T² Hotelling pada data kinerja dan kepentingan kantor pos menunjukkan <i>output</i> bagan kendali belum terkendali karena terdapat beberapa pengamatan yang berada di luar batas kendali, sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diberikan kantor pos belum terkendali (Putri, M. N., Asdi, Y., & Devianto, D, 2017)</p>
--	--	--	--	---

