

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR POS
BOYOLALI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Drajat Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh:

CHAIRUL RIZAL FERDIANSYAH

20110017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Chairul Rizal Ferdiansyah
Nim : 20110017
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Boyolali

Disetujui dan Disahkan

Hari : Selasa
Tanggal : 30 Januari 2024

Pembimbing



Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.
NIDN: 0004036901

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Aditya Liliyan, SMB., M.M.
NIDN: 0606118902

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Chairul Rizal Ferdiansyah
Nim : 20110017
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Boyolali

Disetujui dan Disahkan

Hari : Rabu
Tanggal : 7 Februari 2024

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.

()

Anggota : Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H.

()

Mengetahui

Ketua STIE Surakarta




Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR POS BOYOLALI

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima

Sukoharjo 30 Januari 2024

Yang memberi pernyataan



Chairul Rizal Ferdiansyah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Q.S Al Baqarah : 153)

Dan terhadap nikmat Rabbmu maka hendaklah kamu menyebut-nyebutnya dengan bersyukur.

(Q.S Ad Duha : 11)

Orang yang malam harinya selalu curhat kepada Allah, beribadah kepada Allah, berdoa meminta kepada Allah itu adalah orang yang *people insider*, orang dalam pusat. Jadi jadwal rencanamu jadwal hajatmu sudah dirapat'ke oleh malaikat.

(Gus Iqdam)

PERSEMBAHAN

1. Bapak, ibu, adik, dan keluargaku atas doa dan kesabaran pengorbanan dalam mendidik, memberikan motivasi, semangat hidup dan kasih sayang.
2. Almamater tercinta STIE SURAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr Wb. Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali".

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Muhammad Aditya Yulianto, S.E., M.M. , selaku Kepala Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
4. Bapak Drs. Christiawan Hendratmoko, MSi., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
5. Bapak dan Ibu dosen atau karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh Pendidikan.
6. Bapak, Ibu dan Adik yang selalu menyayangi penulis, memotivasi penulis dan membimbing penulis disetiap waktu.
7. Eyang Kakung yang selalu menyayangi penulis dan selalu memberi semangat penulis dalam mengerjakan skripsi, serta selalu mendoakan penulis.
8. Semua orang yang telah terlibat dan membantu secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu penulis

berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.
Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 30 Januari 2024

Penulis

Chairul Rizal Ferdiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN PENELITIAN.....	8
D. MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II <u>T</u> INJAUAN PUSTAKA.....	10
A. TEORI RELEVAN	10
B. PENELITIAN TERDAHULU	18
C. KERANGKA PIKIR.....	24
D. HIPOTESIS PENELITIAN.....	24
BAB III <u>M</u> ETODE PENELITIAN	27
A. JENIS PENELITIAN.....	27
B. TEMPAT DAN WAKTU.....	27
C. SUMBER DATA PENELITIAN	27
D. POPULASI DAN SAMPEL	28
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
F. DEFINISI OPERASIONAL	31
G. TEKNIK ANALISIS DATA.....	33
BAB IV <u>A</u> NALISIS DAN PEMBAHASAN	40

A.	GAMBARAN UMUM	40
B.	DESKRIPSI RESPONDEN	42
C.	ANALISIS DATA.....	44
D.	PEMBAHASAN.....	53
BAB V PENUTUP		57
A.	KESIMPULAN	57
B.	SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN		2

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat jasa ekspedisi Indonesia tahun 2022	3
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3 Skala Likert	30
Tabel 4 Definisi Oprasional.....	31
Tabel 5 Deskripsi Responden	43
Tabel 6 Hasi Uji Validitas.....	45
Tabel 7 Hasil Reliabilitas	46
Tabel 8 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinierlitas	48
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 12 Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 13 Hasil Uji t.....	52
Tabel 14 Hasi Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan pangsa pasar PT Pos Indonesia	5
Gambar 2 Kerangka pikir	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

Lampiran 2. Data responden

Lampiran 3. Tabulasi data

Lampiran 4. Uji instrumen data

Lampiran 5. Uji Asumsi klasik

Lampiran 6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

ABSTRAK

Chairul Rizal Ferdiansyah, 20110017, Judul skripsi “Kualitas Pelayanan Kepercayaan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Boyolali”.

Pada era globalisasi yang berkembang pesat, persaingan di industri jasa pengiriman semakin ketat. PT. Pos Indonesia Cabang Boyolali sebagai salah satu pemain utama dalam industri ini dihadapkan pada tuntutan untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna memenangkan kepercayaan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Boyolali, dengan menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan uji t signifikan parsial, dari variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan menyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali. Demikian pula, variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan Namun, variabel Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga dominan di Kantor Pos Boyolali. Perbaiki disiplin dan harga kompetitif. Penelitian mendatang perlu mempertimbangkan variabel tambahan seperti citra merk dan keamanan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Chairul Rizal Ferdiansyah, 20110017, Thesis title "Service Quality Trust Price and Location on Customer Satisfaction of Kantor Pos Boyolali"

In the era of rapidly growing globalization, competition in the shipping service industry is getting tougher. PT Pos Indonesia Boyolali Branch as one of the main players in this industry is faced with demands to improve service quality to win customer trust and maintain market share. This study aims to identify the effect of service quality, trust, price, and location on customer satisfaction at the Boyolali Post Office, using quantitative methods. Based on the partial significant t test, the service quality variable with a value and trust with a significantly affects customer satisfaction at the Boyolali Post Office. Likewise, the Price variable also has a significant effect on customer satisfaction with a value. However, the Location variable has no significant effect on customer. Service quality and price are dominant at the Boyolali Post Office. Improve discipline and competitive prices. Future research needs to consider additional variables such as brand image and security.

Keywords: service quality, price, location, customer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dengan kemajuan era globalisasi saat ini, layanan pengiriman mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun. Persaingan yang semakin ketat dan munculnya banyak penyedia layanan pengiriman, mendorong para pemilik usaha untuk mencari peluang bisnis dengan merancang strategi pemasaran yang sesuai dan mengimplementasikannya dalam operasional perusahaan guna memenangkan persaingan pasar. Menguasai pasar menjadi kunci utama bagi para pengusaha untuk meraih keuntungan maksimal dan menjaga kelangsungan bisnis mereka. (Sudaryana, 2020). Untuk mendapatkan pengakuan dari pasar serta mempertahankan kepercayaan pelanggan, dan menghindari kehilangan dukungan dari pelaku bisnis, perusahaan harus berupaya maksimal dalam memanfaatkan potensi sumber daya yang dimilikinya.

Di Indonesia saat ini, terdapat banyak sekali layanan pengiriman yang tersedia seperti JNE, JNT, TIKI, Sicepat, Ninja Express, JET Express, Indah Logistik/Cargo, RPX, Mas Cargo Express, Pandu Logistik, Gosend, Wahana Logistik, Cahaya Logistik, dan First Logistik. (Sudaryana, 2020). Kemunculan perusahaan dalam industri jasa pengiriman mendorong pengusaha untuk bersaing dengan cara menawarkan layanan berkualitas tinggi untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta

preferensi pelanggan, serta menyajikan produk dan layanan yang unggul. Ketika kepuasan pelanggan terpenuhi, hubungan yang positif pun terbentuk.

Untuk dapat bersaing dalam memenangkan pangsa pasar, maka perusahaan mencoba mendiferensiasikan tawarannya kepada pesaing sehingga akan menciptakan suatu penawaran yang melebihi konsumen (Perdana F.I 2019.). Diferensiasi adalah usaha untuk menciptakan nilai dengan menyajikan sesuatu yang lebih superior, lebih inovatif, lebih efisien, dan lebih hemat. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan diferensiasi adalah dengan memberikan pelayanan atau kualitas layanan terbaik kepada pelanggan. Dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi, kinerja perusahaan dapat meningkat secara optimal karena terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, yang pada gilirannya akan menghasilkan loyalitas pelanggan dan menambah nilai dalam peningkatan kinerja produk dan layanan. Untuk mencapai standar layanan terbaik, diharapkan perusahaan mengutamakan dan terus meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan terhindar dari kekecewaan.

Tabel 1. Peringkat jasa ekspedisi Indonesia tahun 2022

Peringkat	Jasa Ekpedisi
1	JNE
2	J&T EXPRESS
3	SiCepat
4	Pos Indonesia
5	TIKI
6	Ninja Express
7	Wahana
8	Anter Aja
9	Indah Logistik Cargo
10	Rosalia Express

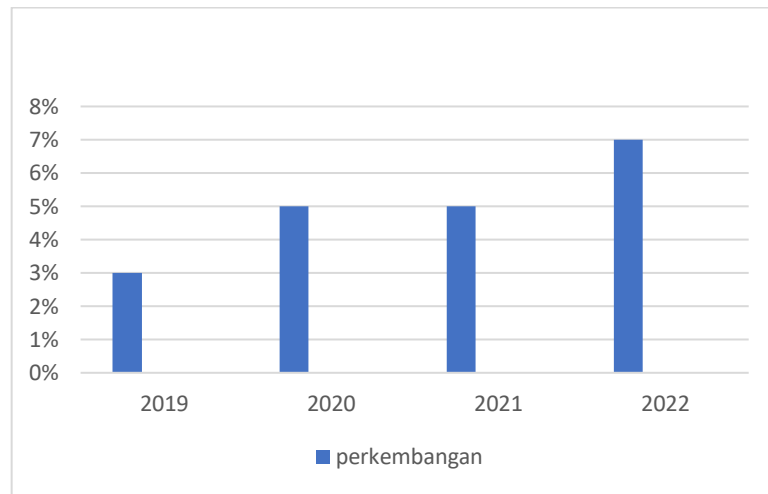
Sumber: M.Antaraneews.com_daftar peringkat ekspedisi terbaik di Indonesia 2022

Berdasarkan Tabel 1. Pos Indonesia berada pada posisi ke- 4 sebagai jasa ekspedisi. Data tersebut menunjukkan bahwa pengembangan jasa ekspedisi di Indonesia sangat penting agar menjadi acuan pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman. Dalam persaingan pangsa pasar layanan jasa pengiriman harus lebih memiliki layanan yang lebih unggul.

PT. Pos Indonesia Cabang Boyolali telah dipilih sebagai subjek penelitian untuk tugas akhir penulis. Saat ini, tingkat kepuasan pelanggan di cabang tersebut dianggap tidak optimal, yang menyebabkan pelanggan merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan hasil observasi, ketidakpuasan pelanggan tersebut terutama terkait dengan pelayanan dan produk. Pelayanan di bagian layanan pelanggan dianggap kurang optimal karena

hanya ada satu karyawan yang bertugas di sana, sementara rata-rata terdapat 25 pelanggan yang datang setiap hari untuk mendapatkan bantuan terkait pertanyaan yang belum jelas atau proses cap stempel untuk keperluan tertentu. Pengamatan juga menunjukkan bahwa kehadiran hanya satu karyawan di layanan pelanggan mengakibatkan pelanggan harus menunggu selama 10 hingga 20 menit untuk mendapatkan pelayanan..

Beberapa temuan lain terkait pelayanan meliputi masalah sistem jaringan yang sering mengalami gangguan atau error server dari kantor Pos pusat, yang mengakibatkan keterlambatan dalam proses pengiriman. Dalam hal pelayanan dan fasilitas bagi pelanggan di Kantor Pos Boyolali, terdapat keluhan tentang kurangnya keramahan dan responsifitas dari staff Kantor Pos Boyolali, serta kekurangan sarana dan prasarana di ruang tunggu saat bertransaksi. Kantor Pos Boyolali memiliki keterbatasan kursi di ruang tunggu, hanya sekitar 15 kursi, sementara jumlah pengunjung minimal mencapai lebih dari 100 orang. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia dianggap tidak memuaskan, terutama mengingat statusnya sebagai perusahaan milik negara dan posisinya sebagai Kantor Pos Pusat untuk wilayah Kabupaten Boyolali.



Gambar 1 Pertumbuhan pangsa pasar PT Pos Indonesia

Kesuksesan sebuah perusahaan dalam menyediakan layanan dapat dievaluasi melalui tingkat kepuasan pelanggan yang dicapai. PT Pos Indonesia telah menetapkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan-pelanggannya. Komitmen ini diwujudkan melalui usaha-usaha untuk menjamin kualitas layanan yang sesuai dengan standar yang telah dijanjikan dalam tingkat mutu pelayanan.

Kualitas pelayanan dianggap sebagai elemen krusial yang memainkan peran sentral dalam menjalankan transaksi, baik itu dalam penggunaan jasa maupun perolehan barang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mutu pelayanan menandakan fokus pada pemenuhan kebutuhan dan syarat, sekaligus memenuhi harapan pelanggan secara tepat waktu. Mutu pelayanan mencakup segala bentuk layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan selama pelanggan berinteraksi di dalam lingkungan perusahaan tersebut. Peningkatan mutu pelayanan yang diberikan oleh

perusahaan kepada konsumen dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, mendorong terjadinya transaksi pembelian berulang. (Ahmad Zikri, 2022)

Kepercayaan adalah keyakinan individu bahwa mereka akan memperoleh apa yang diinginkan dari pihak yang terlibat dalam pertukaran.(Sudaryana, 2020). Hal ini melibatkan kesiapan individu untuk bertindak sesuai dengan keyakinan bahwa pihak lain akan memenuhi harapan mereka. Kepercayaan sering kali tercermin dalam harapan umum individu bahwa kata-kata, janji, atau pernyataan dari pihak lain dapat diandalkan.

Harga selalu terkait dengan nilai yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan atau ekspektasi mereka, sehingga respons konsumen dapat menjadi jujur dan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen itu sendiri. (Kurniasari et al., 2023). Harga merujuk pada jumlah uang yang diminta sebagai imbalan atas suatu produk atau jasa, atau sebagai nilai yang disepakati oleh konsumen sebagai bagian dari pertukaran untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut.

Lokasi merujuk pada posisi atau tempat yang terletak pada wilayah yang strategis, yang sering kali menjadi pilihan konsumen karena kemudahan akses. Aspek-aspek yang terkait dengan lokasi meliputi seleksi tempat yang strategis yang mudah dilihat dari jalan utama, serta menawarkan keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan. Selain itu, lokasi

yang ideal juga menyediakan fasilitas seperti ruang tunggu yang dapat digunakan oleh konsumen selama proses menunggu atau antrian. (Indah, 2019)

Berdasarkan latar belakang diatas, saya tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut sehingga memberi judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR POS BOYOLALI”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos Boyolali.
3. Apakah harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos Boyolali.
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Kantor Pos Boyolali.

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali
4. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran dalam bidang pekerjaan yang memberikan pengetahuan tambahan yang nantinya akan dapat digunakan untuk bahan lingkungan pekerjaan. Sebagai evaluasi penerapan dalam sistim pelayanan kepada pelanggan, berdasarkan identifikasi terhadap pelanggan.

2. Manfaat praktis

Dengan ini penulis mengetahui kepuasan pelayanan kepada pelanggan dengan komunikasi yang baik serta berperilaku yang sopan guna menarik perhatian empati kepada pelanggan, dan dapat

mengetahui permasalahan yang terjadi diperusahaan tersebut, serta menambah kasanah ilmu pengetahuan.

Sebagai instruksi kepada Kantor Pos Boyolali untuk memperhatikan aspek yang relevan dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan, perlu dilakukan evaluasi terhadap perkembangan mutu pelayanan yang diberikan oleh kantor tersebut. Evaluasi tersebut harus mempertimbangkan kebijakan yang diterapkan di bidang pemasaran dengan tujuan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan..

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TEORI RELEVAN

1. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Findy Meileny, 2020) Kepuasan pelanggan merujuk pada ekspresi perasaan gembira atau ketidakpuasan yang dirasakan seseorang akibat perbandingan antara kinerja yang dirasakan dari suatu produk atau hasil dengan harapan yang mereka miliki. Jika kinerja tersebut tidak memenuhi ekspektasi yang telah ditetapkan, konsekuensinya adalah ketidakpuasan pada pihak pelanggan. Di sisi lain, apabila kinerja sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan, hasilnya adalah kepuasan. Lebih lanjut, jika kinerja tersebut melampaui ekspektasi yang ada, maka pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018:81), Kepuasan pelanggan terpengaruh oleh karakteristik spesifik produk atau layanan, penilaian terhadap kualitas produk dan layanan, serta faktor harga. Selain itu, aspek pribadi seperti mood atau keadaan emosional pelanggan, dan faktor situasional seperti pandangan anggota keluarga juga berperan dalam memengaruhi tingkat kepuasan tersebut.

Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) menyatakan program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni:

- a. Kesesuaian harapan merujuk pada sejauh mana kinerja produk yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan yang mereka miliki terhadap produk tersebut.
- b. Minat bekunjung kembali merupakan Kesiediaan konsumen untuk melakukan kunjungan atau penggunaan kembali terhadap produk yang sama.
- c. Kesiediaan merekomendasikan merupakan Kesiediaan konsumen untuk mengajukan rekomendasi produk yang telah mereka gunakan kepada teman atau anggota keluarga.

2. Kualitas pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki sifat yang tidak dapat dipisahkan secara jelas, yang pada dasarnya tidak dapat dirasakan secara fisik, namun bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa selalu terkait dengan penjualan produk atau layanan lainnya. Pelayanan juga dapat dipahami sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan dapat diperdagangkan. Hal ini disebabkan karena dalam pembelian suatu layanan seringkali juga melibatkan barang-barang atau fasilitas

pendukung lainnya, seperti layanan tamu di hotel atau pembayaran tagihan listrik oleh pelanggan.

Menurut (Dwiyanto, 2021), Jika kualitas pelayanan suatu jasa tergolong baik, konsekuensinya adalah kepuasan pelanggan; namun, jika kualitas pelayanan tersebut tidak memenuhi harapan, akan berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dan berpotensi memengaruhi perilaku pelanggan di masa yang akan datang.. (Valien et al., 2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan mencakup beragam aspek yang khusus dari suatu produksi atau penyediaan pelayanan, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam konteks ini, perusahaan yang menawarkan layanan harus mengakomodasi interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan, di mana perilaku karyawan, termasuk sikap dan keterampilan dalam menyampaikan informasi, menjadi faktor utama yang membedakan antara pelayanan yang baik dan yang kurang baik.

Menurut Kotler terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan (Indrasari, 2019):

- a. Bukti fisik, Penampilan fisik dalam konteks layanan perusahaan melibatkan aspek-aspek seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, keteraturan, dan media komunikasi..

- b. Empati, Kesiediaan karyawan untuk secara pribadi memberikan perhatian lebih kepada pelanggan, menunjukkan kepedulian yang mendalam terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan.
- c. Keandalan, Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan dapat dipercaya.
- d. Cepat tanggap, Responsifnya suatu perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan tercermin dari kemampuannya dalam menyediakan jasa dengan tanggap dan cepat dalam menangani transaksi serta menyelesaikan keluhan pelanggan.
- e. Jaminan, Kemampuan perusahaan dalam memberikan jaminan pelayanan mencakup pengetahuan dan etika kerja karyawan serta kapabilitas mereka dalam membangun kepercayaan dan keyakinan.

2. Kepercayaan

Kepercayaan konsumen merupakan suatu aspek yang sangat signifikan, dengan tujuan untuk memperkuat pertumbuhan bisnis. Kepercayaan dianggap sebagai prasyarat esensial dalam kemajuan suatu entitas bisnis. Proses pembangunan kepercayaan melibatkan

usaha yang lebih intensif dalam meraih, mempertahankan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kepercayaan menurut Barnes adalah keyakinan akan kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dari mitra pertukaran. (Chulaifi, 2018). Kepercayaan melibatkan kemauan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu karena keyakinannya bahwa rekanannya akan memenuhi ekspektasinya, dan umumnya mencakup keyakinan seseorang terhadap keandalan kata, janji, atau pernyataan individu lainnya. Kepercayaan merupakan faktor krusial dalam perencanaan dan pengembangan usaha, serta dalam pembentukan hubungan kerjasama yang berkelanjutan. (Rembet et al., 2020).

Menurut (Rembet et al., 2020) Ada 3 (tiga) unsur yang membentuk kepercayaan. (trust) yaitu :

- a. Kemampuan (*Ability*) Terfokus pada keterampilan dan sifat-sifat individu yang terlibat dalam penyediaan layanan kepada pelanggan, termasuk penjual dan karyawan. Dengan demikian, penting bagi konsumen untuk memperoleh jaminan akan kepuasan dan keamanan dari pihak penyedia jasa selama proses transaksi. Aspek-aspek yang tercakup dalam kompetensi mencakup keterampilan, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu tersebut.

- b. *Integritas (Integrity)* Integritas merupakan dedikasi dari pihak penyedia jasa untuk melaksanakan kegiatan bisnis sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan kepada konsumen. Hal ini berimplikasi pada tingkat kepercayaan yang diberikan oleh konsumen terhadap institusi atau perusahaan tersebut. Evaluasi terhadap integritas dapat dilakukan melalui beberapa dimensi, termasuk keadilan, pemenuhan janji, loyalitas, kejujuran, ketergantungan, dan keandalan.
- c. *Kebajikan (Benevolence)* Komitmen penyedia jasa untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan suatu aspek penting yang mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga harus memprioritaskan kepuasan pelanggan. Konsep "*Benevolence*" mencakup elemen-elemen seperti perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima..

3. Harga

Harga merujuk pada jumlah uang yang dibebankan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu. Secara lebih umum, harga mencakup total nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari

kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2018).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang akan dikenakan untuk memperoleh suatu barang atau jasa, atau total nilai uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat-manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut..

Menurut Kotler (dalam Pertiwi et al., 2022) indikator-indikator persepsi harga yaitu sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga : Harga yang terjangkau merupakan ekspektasi yang dimiliki oleh peanggan sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian. Pelanggan cenderung mencari produk-produk dengan harga yang sesuai dengan anggaran yang mereka miliki
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk : Pada umumnya, untuk suatu produk tertentu, pelanggan cenderung tidak keberatan untuk membayar harga yang tinggi apabila kualitas produk tersebut dianggap baik.
- c. Daya saing harga : Perusahaan menentukan harga penjualan suatu produk dengan memperhitungkan berbagai faktor terkait harga produk yang ditawarkan

oleh pesaingnya, dengan tujuan agar produk tersebut dapat bersaing secara efektif dalam pasar.

4. Lokasi

Menurut (Indah, 2019) Lokasi adalah posisi atau letak keberadaan suatu aktivitas usaha, yang sesuai dengan cakupan bentuk bisnis tersebut. Lokasi juga mencerminkan fungsi kemudahan akses dan jarak yang dekat dengan sarana dan fasilitas yang relevan. Dalam penentuan lokasi pusat perbelanjaan, beberapa faktor perlu dipertimbangkan, seperti ukuran wilayah perdagangan, populasi, jumlah pembeli potensial, potensi penjualan, dan kondisi perdagangan..

Dengan merujuk pada definisi para ahli yang disajikan di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi atau saluran distribusi merupakan serangkaian proses yang dilalui oleh produk, dimulai dari produsen, melewati berbagai perantara, hingga akhirnya mencapai konsumen untuk digunakan.

Menurut (Senggetang et al., 2019) indikator-indikator lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Akses lokasi yang memungkinkan lokasi dapat diakses dengan mudah baik melalui jalur transportasi umum maupun akses yang mudah dijangkau.

- b. Aksesibilitas lokasi yang dapat dijangkau dengan mudah atau dengan kemudahan akses ke sarana transportasi umum.
- c. Tempat parkir, area yang luas, aman, dan nyaman, baik untuk kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat.
- d. Ekspansi, yaitu memperluas atau meningkatkan ukuran, lingkup, atau cakupan sesuatu, baik dalam konteks bisnis, ekonomi, maupun fisik.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya berguna bagi penulis sebagai acuan penelitian. Penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas, kepercayaan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

NO	Penulis dan tahun	Judul	Variable X	Variable Y	Hasil penelitian
1.	Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap (2022)	Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan	kualitas pelayanan dan pengiriman barang.	Kepuasan pelanggan	Variabel kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan dimulai dari cara

		Pelanggan pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera			penyambutan, pemberian fasilitas, sikap dan adab karyawan perusahaan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2.	Sudaryana, Yayan (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang	Kepercayaan dan harga	kepuasan pelanggan	variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang
3.	Imamiatur Rofiqoh, Siti	Pengaruh Kualitas	Kualitas Pelayanan,	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan,

	Asiyah, Alfian Budi Primanto (2018)	Pelayanan, Kepercayaan , Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express	Kepercayaa n, Dan Harga		Kepercayaan, Dan Harga secara Simultan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4.	Kurnia Firmanda Jayanti , Feti Fatimah, dan Ahmad, Izudin (2022)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepasan pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di Besuki	kualitas pelayanan, promosi harga	Kepuasan pelanggan	kualitas pelayanan, promosi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di Besuki
5	Adjunu, Mohamad Ichsan Juanna, Andi Abdussamad, Zulfia(2022)	Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan	Kepuasan pelanggan	Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap

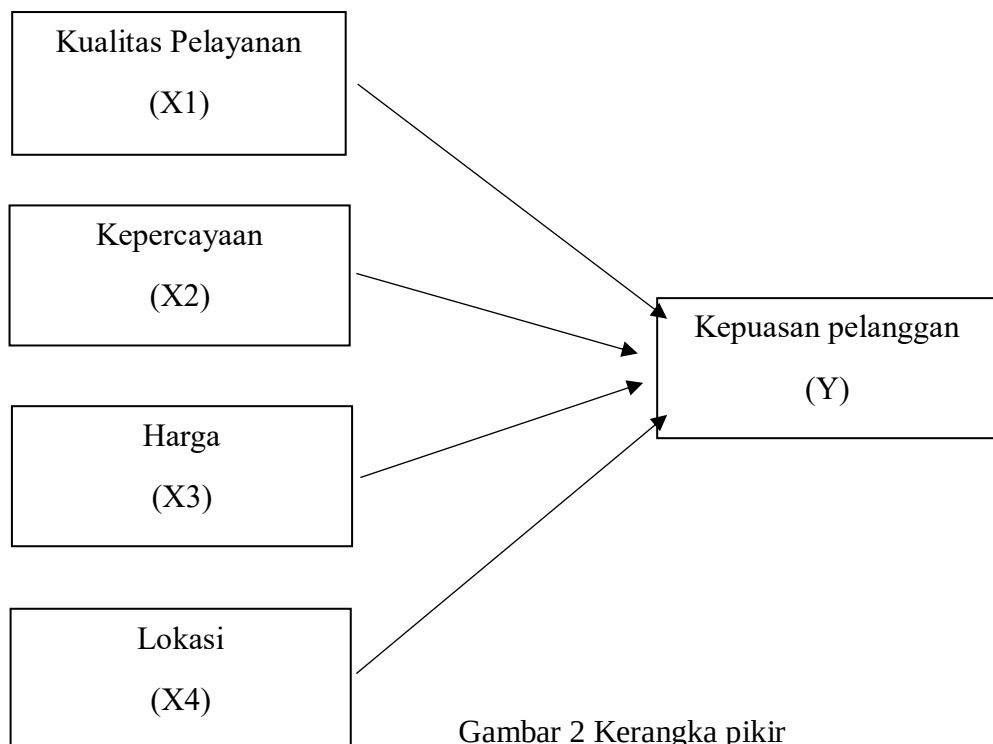
		Pada Pt. Pos Indonesia Persero Cabang Gorontalo			kepuasan pelanggan pada pt pos Indonesia persero cabang gorontalo
6.	Abdul Gofur (2019)	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia	Harga, promosi, kualitas pelayanan.	Kepuasan pelanggan	kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

7.	Andri Azis, Khairil Aswan (2022)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia (PERSERO) Lunang	Kualitas pelayanan dan kualitas produk.	Kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial atau kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
8.	Annisa, Bambang Munas Dwiyanto (2021)	Analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan variabel mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang)	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan	Kepuasan pelanggan	Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

9.	Findy Meileny , Tri Indra Wijaksana (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Fitur Layanan Dan Kepercayaan	Kepuasan pelanggan	Variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
10.	M. Aziz Mukhlis (2019)	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara Bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

C. KERANGKA PIKIR

Kerangka pikir menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini mempunyai variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan, serta mempunyai variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Berikut dapat dilihat kerangka penelitiannya :



Gambar 2 Kerangka pikir

D. HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan teori yang relevan, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut hasil penelitian (Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap 2022), (Wahyuni, Retno Candra Waloejo, Handoyo Djoko 2020), (Sudaryana, Yayan 2020), (Imamiatur Rofiqoh, Siti Asiyah, Alfian Budi Primanto 2018), (Kurnia Firmanda Jayanti, Feti Fatimah, dan Ahmad, Izudin 2022), (Adjunu, Mohamad Ichsan Juanna, Andi

Abdussamad, Zulfia 2022) mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Diduga Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut hasil penelitian (Findy Meileny , Tri Indra Wijaksana 2020), (Annisa, Bambang Munas Dwiyanto 2021) variabel yang sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indonesia adalah variabel kepercayaan.

H2 : Diduga Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.

3. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan

Menurut hasil penelitian (Abdul Gofur 2019), (Kurnia Firmanda Jayanti, Feti Fatimah, dan Ahmad, Izudin 2022) mengatakan bahwa variabel harga terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan

Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.

4. Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Menurut hasil penelitian M. Aziz Mukhlis (2019) mengatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H4 : Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali
4. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali

B. SARAN

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa aspek kualitas pelayanan dan harga di Kantor Pos Boyolali memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar Kantor Pos Boyolali meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan lebih optimal. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat disiplin dalam melaksanakan tugas serta meningkatkan kinerja secara keseluruhan, demi meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat

memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Selain itu, meskipun harga yang ditawarkan oleh Kantor Pos Indonesia di Kantor Pos Boyolali tergolong murah, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti adanya layanan pengiriman paket dari perusahaan jasa lain yang menawarkan harga lebih terjangkau. Oleh karena itu, disarankan agar Kantor Pos Boyolali menetapkan harga yang lebih terjangkau bagi pengguna jasa, dengan melakukan peninjauan ulang terhadap harga yang ditawarkan oleh pesaing, sehingga dapat menjadi dasar untuk penyesuaian harga di masa mendatang.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan misalnya citra merk, kualitas produk, keamanan. Perbedaan ini akan menghasilkan data yang berbeda dan diharapkan lebih lengkap dengan wawancara yang mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M I. H. (2022). analisis kualitas pelayanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada pt pos indonesia regional i sumatera. *jurnal ilmu komputer, ekonomi dan manajemen (jikem)*, 1(1), 129–138.
- Ajijah, J. H., & Selvi, E (2021). pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *jurnal manajemen - vol. 13 (2) 2021*, 232–236
journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen, 13(2), 232–236.
- Chulaifi, M. & S. (2018). pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada pt. sebariz warna berkah di surabaya. *pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada pt. sebariz warna berkah di surabaya*, 03, 40–54.
- Dwiyanto, B. M. (2021). analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator (studi pada pengguna jasa pt . pos indonesia di semarang). *diponegoro journal of management*, 10, 1–12.
- Findy Meileny. (2020). fitur layanan dan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan linkaja di indonesia. *jurnal ecodemica*, 4(2), 1–9.
- Imam, G. (2018). aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. in *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25* (p. 51). badan penerbit universitas diponegoro.
- Indah, D. R. (2019). pengaruh kualitas pelayanan , harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pt . citra van titipan kilat kota langsa. *jurnal samudra ekonomika*, vol. 3, no. 1, april 2019 *pengaruh*, 3(1), 1–8.
- Indrasari, M. (2019). pemasaran dan kepuasan pelanggan. in *pemasaran dan kepuasan pelanggan* (p. 88). unitomo press.
- Kurniasari, R. P., Agatha, M., & Widyanti, (2023). terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang pt . pos indonesia di tulungagung. *jurnal economina*, 2.
- Mustofa i., Nurfadilah M., (2021). Analisis Pengaruh Price Earning Ratio dan Earning Per Share terhadap Return Saham pada Sub Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di BEI, *jurnal Borneo Student Research*.
- Nasution, s. l., Limbong, C. H., & ramadhan, d. a. (2020). pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (survei pada mahasiswa s1 fakultas ekonomi jurusan manajemen universitas labuhan batu). *ecobisma (jurnal ekonomi, bisnis dan manajemen)*, 7(1), 43–53.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

- Perdana, F. I. (2019). pengaruh kualitas pelayanan , harga , dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pt . pos indonesia surabaya. *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 8, 11–18.
- Pertiwi, a. b., ali, h., dwikotjo, f., & sumantyo, s. (2022). *faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan : analisis persepsi harga , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (literature review manajemen pemasaran)*. 3(6), 582–591.
- Rembet, v. n., mananeke, l., loindong, s. j., performance, p. s., & terhadap, d. a. n. l. (2020). pengaruh service performance, kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah bank sulutgo cabang beo. *jurnal emba vol.8 no.3 juli 2020, hal. 332 -343*, 8(3), 332–343.
- Sudaryana, y. (2020). pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada kantor pos indonesia (persero) kota tangerang. *journal of management review*, 4(1), 447–455.
- Sugiyono. (2019). penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d. in *penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. alfabeta.
- Valien, k., atmaja, w., sujana, i. n., & suwena, k. r. (2018). pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pt . pos cabang singaraja. *jurnal pendidikan ekonomi undiksha volume 10 no. 1 tahun 2018*, 10(1), 12–23.
- Vania senggetang dkk. (2019). pembelian konsumen pada perumahan kawanua emerald city manado the influence of location , promotion and price perception to consumer purchase on kawanua emerald city manado housing. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Kuisisioner Penelitian Online

Assalamualaikum,

Saya Chairul Rizal Ferdiansyah seorang mahasiswa STIE Surakarta program studi manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Boyolali. Untuk melengkapi penelitian saya, saya membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Pengisian kuesioner ini hanya membutuhkan waktu sekitar 10-15 menit. Saya mohon kepada Anda untuk mengisi kuesioner ini secara obyektif dan jujur. Jawaban Anda sangat berharga bagi penelitian saya.

Terima kasih atas waktu dan bantuan Anda.

Wassalamu'alaikum,

Hormat saya

Chairul Rizal Ferdiansyah

A. Kriteria Responden

1. Pernah menggunakan layanan pengiriman Kantor Pos Boyolali
2. Usia Minimal 17 tahun

B. Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan
3. Usia
 - ☐ 17-24 Tahun
 - ☐ 25-30 Tahun
 - ☐ 31-35 Tahun
 - ☐ 36-40 Tahun
 - ☐ >40 Tahun
4. Pekerjaan
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - ☐ Pegawai Negeri/TNI/Polri
 - ☐ Pegawai Swasta
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Lainnya.....
5. Apakah pernah menggunakan jasa pengiriman Pos Boyolali
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak

C. Petunjuk Pengisian

Kuesioner yang diberikan dibawah ini terdiri dari beberapa item pernyataan. Responden cukup menjawab dengan memilih 4 point jawaban, antarlain:

1 = sangat tidak setuju,

2 = tidak setuju,

3 = setuju,

4 = sangat setuju.

Diharapkan responden untuk memberikan jawaban secara jujur dan menurut pendapat yang sebenarnya

D. Kuisisioner

Kuisisioner ini ditunjukan kepada pengguna Kantor Pos Boyolali.

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
A	Kualitas Pelayanan				
1.	Karyawan Kantor Pos Boyolali Berpenampilan bersih dan Rapi				
2.	Ruang tunggu yang nyaman dan dilengkapi sarana pendukung (AC,TV, dll)				
3.	PT Pos Indonesia Memiliki Website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang informasi pengiriman				
4.	Pengiriman paket yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia cepat				
5.	Pengiriman paket yang dilakukan PT Pos Indonesia tepat waktu sesuai dengan estimasi				
6.	PT Pos Indonesia dapat menghadapi keluhan dengan cepat				

7.	Kesiapan PT Pos Indonesia dalam melayani pelanggan				
8.	Karyawan mengutamakan kebutuhan pelanggan				
9.	PT Pos Indonesia memberikan jaminan atas kehilangan paket yang dikirimkan				
B.	Kepercayaan				
1.	Saya percaya jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik				
2.	Pelayanan jasa pengiriman paket yang diberikan PT Pos Indonesia telah sesuai dengan harapan saya				
3.	Saya percaya jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia dapat diandalkan				
C.	Harga				
1.	Tarif harga PT Pos Indonesia Boyolali terjangkau				
2.	Tarif harga jasa pengiriman barang sesuai dengan keinginan saya				
3.	Tarif harga PT Pos Indonesia tidak jauh beda dengan perusahaan lain				
D.	Lokasi				
1.	Lokasi PT Pos Indonesia Boyolali dapat dijangkau dari segala arah				
2.	Kantor Pos Boyolali mempunyai tempat parkir yang luas				
3.	Kantor Pos Boyolali dapat dilihat jelas dari tepi jalan				
4.	Kantor Pos Boyolali mempunyai lahan yang luas				
E.	Kepuasan Pelanggan				
1.	Saya Merasa puas atas pelayanan yang diberikan PT Pos Indonesia Boyolali				
2.	Saya merasa puas karena perusahaan menanggapi keluhan pelanggan secara cepat				
3.	Saya akan menggunakan jasa PT Pos Indonesia lagi dimasa yang akan datang				
4.	Saya akan merekomendasikan jasa Pengiriman PT Pos Indonesia Boyolali kepada orang lain				