

**PENGARUH KINERJA PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA KANTOR POS INDONESIA CABANG  
BAKONGAN KABUPATEN ACEH SELATAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RAJU ANTAKIAH**  
**NIM : 1805906030027**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH ACEH BARAT  
2022**

**PENGARUH KINERJA PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KANTOR POS INDONESIA  
CABANG BAKONGAN KABUPATEN ACEH SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan  
Memenuhi syarat-syarat guna memperoleh  
gelar sarjana ekonomi

**OLEH:**

**RAJU ANTAKIAH**  
**1805906030027**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH, ACEH BARAT  
2022**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
FAKULTAS EKONOMI  
MEULABOH, ACEH BARAT

Laman : [www.utu.ac.id](http://www.utu.ac.id) email: [ekonomi@utu.ac.id](mailto:ekonomi@utu.ac.id) Telp (0655) 7023552

Meulaboh, 17 November 2022

Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1

**LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : RAJU ANTAKIAH  
Nim : 1805906030027

Dengan judul : **PENGARUH KINERJA PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KANTOR POS  
INDONESIA CABANG BAKONGAN KABUPATEN  
ACEH SELATAN**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh.

Mengesahkan:  
Dosen Pembimbing

**Said Mahdani, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP : 196904112021211004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

**Prof. Dr. T. Zulham, SE., M. Si**  
NIP : 196002121989031003

Ketua Jurusan Akuntansi

**Ika Rahmadani, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP : 198805132022032003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
FAKULTAS EKONOMI  
MEULABOH, ACEH BARAT

Laman : [www.utu.ac.id](http://www.utu.ac.id) email: [ekonomi@utu.ac.id](mailto:ekonomi@utu.ac.id) Telp (0655) 7023552

Meulaboh, 17 November 2022

Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1

**LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN**

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : RAJU ANTAKIAH  
Nim : 1805906030027

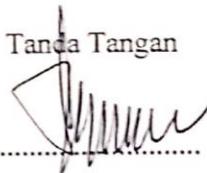
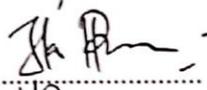
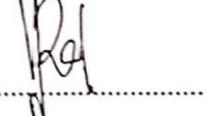
Dengan judul : **PENGARUH KINERJA PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KANTOR POS  
INDONESIA CABANG BAKONGAN KABUPATEN  
ACEH SELATAN**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian pada tanggal 17 November 2022.

Menyetujui,  
Komisi Ujian

Tanda Tangan

1. Ketua : Said Mahdani, S.E., M.Si, Ak
2. Anggota : Ika Rahmadani, S.E., M.Si., Ak
3. Anggota : Rina Maulina, S.E., M.Si., Ak

  
.....  
  
.....  
  
.....

Mengetahui:  
Ketua Program Studi Akuntansi



**Ika Rahmadani, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP : 198805132022032003

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raju Antakiah

Nim : 1805906030027

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak mendapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Meulaboh, 20 November 2022  
Yang Menyatakan



**Raju Antakiah**  
**1805906030027**



## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu  
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah Bacalah,  
dan Tuhanmulah yang maha Esa

“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan laut (menjadi tinta) ditambahkan kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering) nya, niscaya tidak akan habis-habisnya (dituliskan) kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”. (Q.S. Lukman: 27)

Ya Allah. . .

Jadikanlah kami kaya akan ilmu, muliakanlah kami dengan ketekunan dan hiasilah diri kami dengan kesabaran, Sesungguhnya Allah tidak akan menguji seseorang hamba di luar batas kemampuannya dan mintalah pertolongan-Nya dengan shalat dan sabar

Alhamdulillah. . .

Dengan ridha-Mu ya Allah

Amanah ini telah selesai, sebuah langka usai sudah, Namun itu bukan akhir dari perjalananku, Melainkan awal dari sebuah perjalanan

Papah & Mama tercinta . .

Do'a dan air mata di tiap sujudmu yang selalu iringi langkahku serta ketulusan mu Yang kuatkan hatiku tuk terus berusaha menggapai asa. Setiap butir keringatmu menyemangatkanku untuk mewujudkan harapanmu.

Kasih sayangmu sejujukkan relung hatiku. Kini harapanmu telah kugapai.  
Tumbuhkan tekad yang suci untuk selalu membahagiakanmu

Terimakasih Papah & mama atas segala

kesabaran, kebaikan, dan segala hal terbaik yang telah diberikan kepada putra kalian ini. Ya Allah jadikanlah aku anak yang soleh, berbakti kepada orang tua, membanggakan orang tua, dan menjadi amal yang tak terputus bagi keduanya. Dengan ridha Allah kupersembahkan karya yang sederhana ini kepada keluargaku tercinta. Simpuh sujudku dan terimakasihku kepada yang tercinta ayahanda dan ibunda yang telah mendidikku & telah memberikan ku pendidikan sampai saat ini yaitu sarjana yang ku raih dengan penuh keikhlasan atas segala perhatian, pengertian, dan dukungannya.

By : Raju Antakiah



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kantor Pos Indonesia Cabang Bakongan Kabupaten Aceh Selatan”**. Shalawat dan salam penulis hantarkan keharibaan Nabi besar yaitu Rasulullah SAW yang telah menarik umatnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala yang ada. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ishak Hasan ,M.si, selaku Rektor Universitas Teuku Umar Meulaboh.
2. Bapak Prof. Dr. T. Zulham, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh.
3. Ibu Ika Rahmadani, S.E., M.Si. Ak selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Universitas Teuku Umar Meulaboh.
4. Ibu Sari Maulida Vonna, S.E., M.Si.Ak Selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Akuntansi Universitas Teuku Umar Meulaboh.
5. Pak Said Mahdani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini.

6. Orang tua saya yang telah berjuang dan mendukung saya sampai sejauh ini sehingga tidak putus asa dan lebih semangat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah saya selama pembuatan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

Meulaboh, 20 November 2022



Raju Antakiah  
(1805906030027)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Teuku Umar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raju Antakiah  
NIM : 1805906030027  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Teuku Umar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kantor pos Indonesia cabang bakongan Kabupaten Aceh selatan”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Teuku Umar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Meulaboh, 20 November 2022



Raju Antakiah  
1805906030027

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja pelayanan dan loyalitas pelanggan pada kantor Pos Indonesia cabang Bakongan serta seberapa besar pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di kantor Pos Indonesia cabang Bakongan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui kuisioner kepada 50 orang yang menggunakan jasa pelayanan Pos dengan skala Likert. Metode analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasilnya menunjukkan bahwa kinerja pelayanan di PT Pos Indonesia termasuk dalam kategori baik/tinggi. Ketika loyalitas pelanggan berada pada kategori rata-rata dalam hal repeat pembelian, pembelian lintas lini produk dan layanan, merujuk orang lain, dan mendemonstrasikan kekebalan terhadap tarikan persaingan. Kesimpulannya adalah kinerja pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan surat dan parcel di PT Pos Indonesia cabang Bakongan.

**Kata kunci : Kinerja Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kantor Pos**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the performance of service and customer loyalty at the Bakongan branch of Pos Indonesia office and how much influence service performance has on customer loyalty at the Bakongan branch of Pos Indonesia office. The sampling technique used to collect data through questionnaires to 50 people who use postal services with a Likert scale. The analysis method used is simple regression. The results show that the service performance at PT Pos Indonesia is included in the good/high category. When customer loyalty is in the average category in terms of repeat purchases, cross-purchase product lines and services, refer others, and demonstrate immunity to the pull of competition. The conclusion is that service performance has a significant effect on the loyalty of mail and parcel customers at PT Pos Indonesia Bakongan branch.*

*Keyword : Service performance, Customer Loyalty, Post Office*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>8</b>
2.1. Kajian pustaka....	8
2.1.1. <i>Agency Theory</i> (Teori Keagenan) .....	8
2.1.2. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	8
2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	11
2.1.4. Kinerja Pelayanan .....	12
2.1.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja/Prestasi Kerja .....	13
2.1.6. Jenis jenis pelayanan.....	14
2.1.7. Pengukuran Kinerja.....	14
2.1.8. Manfaat Pengukuran Kinerja .....	18
2.1.9. Tujuan Pengukuran Kinerja .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	21
2.3. Kerangka pemikiran.....	23
2.4. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Desain Penelitian .....	25
3.2. Populasi Dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi.....	27

3.2.2. Sampel .....	27
3.3 Sumber dan Teknik Pengambilan Data .....	28
3.3.1 Sumber Data .....	28
3.3.2 Teknik pengumpulan data.....	28
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	29
3.5 Model Analisis Data .....	29
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	34
3.5.4 Uji hipotesis ( uji t ).....	35
3.5.5 Uji koefisien determinasi ( $r^2$ ).....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
4.1.1 Profil Kantor Pos .....	36
4.2. Karakteristik Responden.....	37
4.3. Analisis Data dan Pembahasan .....	40
4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas .....	40
4.3.1.1. Hasil Uji Validitas .....	40
4.3.1.2. Hasil Uji Reabilitas .....	41
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.2.1 Pengujian Normalitas.....	42
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	44
4.3.4 Uji t .....	45
4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	46
4.4. Pembahasan .....	47
4.4.1. Pengaruh Kinerja pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>

## LAMPIRAN

## BIODATA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1	Devinisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Karakter Responden Menurut kelompok usia.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut pendidikan.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	39
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel (Y) .....	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel (X) .....	41
Tabel 4.7	Uji Instrumen Reabilitas .....	42
Tabel 4.8	Output Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.9	Output Regresi Linear Sederhana .....	44
Tabel 4.10	Output ( Parsial) Uji t.....	46
Tabel 4.11	Output Koefisien Determinasi.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 4.1.	Grafik Scatterplot .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data kuisoner
Lampiran 2	Tabel r
Lampiran 3	Tabel t
Lampiran 4	Tabel SPSS
Lampiran 5	Kuisoner

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang**

Persaingan bisnis jasa yang sangat pesat di Indonesia dimasa ini memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Persaingan yang ketat ini membuat perusahaan di Indonesia berlomba-lomba mengembangkan perusahaannya untuk mendapatkan perhatian konsumen (Atmaja, 2018). Kemajuan suatu perusahaan dapat dilihat dari peningkatan kegiatan usaha yang dilakukan, apabila suatu perusahaan memiliki usaha yang lancar dan maju maka perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam dunia usaha. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bidang usaha baik barang maupun jasa. dalam hal ini perkembangan bisnis jasa Indonesia sangat pesat, salah satunya bisnis jasa pada sektor jasa kurir (Elvita dan Suhaeni, 2017).

Menurut Sudarmo dan Sudarwanto (2021) bisnis pengiriman barang di Indonesia setiap tahun semakin meningkat dengan banyaknya bisnis online shop pada saat ini. Meningkatnya perkembangan teknologi membuat aktivitas jual beli online melalui internet semakin menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Dalam hal ini pelaku bisnis online membutuhkan jasa pengiriman sebagai patner untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang.

Sari dan Hatane (2013), menyatakan Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang teguh, dan dianggap sebagai penentu penting dari profitabilitas perusahaan. Hadiyati (2010) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen dapat dijadikan dasar atau patokan dalam mengambil kebijakan untuk

menambahkan atau mengurangi nilai produk bagi konsumen. Dimana perusahaan akan memperoleh informasi dari konsumen yaitu mengenai kegiatan menafsirkan, memproses, dan menyimpan informasi mengenai produk dan merek. Oleh karena itu loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sedangkan menurut Kotler (2000), Loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran keterkaitan seseorang pelanggan pada sebuah merek. Loyalitas memungkinkan konsumen untuk membuat pembelian ulang pada item-item merk/ produk yang telah mereka dapatkan kepuasannya. Hal ini membuat konsumen lebih yakin tentang keputusan pembelianya dan fasilitas-fasilitas pembelajaran. Sehingga loyalitas mereka merupakan tambahan untuk kepuasan psikologi konsumen dengan perasaan. Hafeez & Muhammad (2012) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai perilaku khusus pelanggan terhadap perusahaan. Loyalitas merupakan perkiraan niat pelanggan untuk melakukan bisnis dengan perusahaan di masa depan.

Loyalitas menciptakan keuntungan yang meningkat melalui peningkatan pendapatan, mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan, pelanggan rendah sensitifitas harga, dan menurunkan biaya untuk melayani pelanggan yang telah mengenal sistem layanan perusahaan, Loyalitas pelanggan adalah tanda dari perbedaan untuk bisnis yang sukses di semua industri dan dapat menyebabkan profitabilitas, Pelanggan yang loyal menjadi lebih menguntungkan dari waktu ke waktu. Pelanggan yang loyal akan membeli produk yang baru, tetapi tetap update pada produk lama, bahkan mereka merekrut orang lain untuk melakukan hal yang sama. Loyalitas pelanggan adalah penentu yang paling penting dari pertumbuhan dan profitabilitas. (Sari dan Hasane, 2013).

Salah satu strategi perusahaan yang dapat menunjang dalam bersaing di dunia bisnis seperti jasa pengiriman adalah berusaha menawarkan kualitas pelayanan yang tinggi yang dapat di tunjukkan dengan kinerja pelayanannya. Perusahaan harus dapat mengelola kinerja pelayanan dengan tepat supaya memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas serta timbul rasa loyal konsumen terhadap perusahaan tersebut (Elvita dan Suhaieni, 2017).

Dalam hal ini pengukuran kinerja juga sangat penting dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Selain itu, pengukuran kinerja juga digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan, pengukuran kinerja juga digunakan manajemen sebagai alat mengevaluasi kinerja perusahaan pada periode sebelumnya. Sedangkan menurut Yuhanda dan Ngumar (2016), pengukuran kinerja (performance measurement) adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, termasuk informasi atas efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa, kualitas barang dan jasa (seberapa baik barang dan jasa diserahkan kepada pelanggan dan sampai seberapa jauh pelanggan terpuaskan). Hasil kegiatan dibandingkan dengan maksud yang diinginkan dan efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan.

Menurut Yuhanda dan Ngumar (2016), kinerja adalah sejauh mana seseorang telah memainkan perannya dalam melaksanakan strategi organisasi, baik dalam mencapai sasaran khusus yang berhubungan dengan peran perorangan dan atau dengan memperlihatkan kompetensi yang dinyatakan relevan bagi organisasi. Kinerja adalah suatu konsep yang multi dimensional mencakup tiga

aspek yaitu sikap (*attitude*), kemampuan (*ability*) dan prestasi (*accomplishment*). Sedangkan menurut Elvita dan Suhaeni (2017), menyatakan bahwa “*service performance*” merupakan ukuran kualitas jasa atau pelayanan adalah kinerja dari jasa atau pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan”. Kinerja pelayanan juga disebut *perceive performance* atau persepsi kinerja.

Untuk mendapatkan kinerja yang memuaskan diperlukan teori agensi dimana teori ini menurut Supriyono (2019) merupakan hubungan kontrak dua elemen yaitu antara prinsipal (pemeberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), prinsipal dapat mengontrak agen untuk bekerja demi kepentingan atau tujuan prinsipal sehingga prinsipal dapat memberikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen untuk mencapai tujuan tersebut. Teori Keagenan atau teori kontrak adalah topik penting dalam riset akuntansi saat ini, teori keagenan bisa merupakan deduktif dan induktif dan merupakan contoh yang istimewa dari riset perilaku walaupun akar keagenan pada keuangan dan ekonomi lebih dari psikologi dan sosiologi. Pada teori ini, individu bergerak sesuai dengan kepentingan terbaik bagi mereka, perusahaan merupakan titik pertemuan (*intersection*) berbagai hubungan kontraktual antara manajemen, pemilik, kreditur dan pemerintah. Berkaitan dengan biaya pengawasan dan penguatan hubungan antara berbagai kelompok riset informasi ekonomi, menfokuskan biaya untuk menghasilkan informasi akuntansi (Devi dkk 2014).

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya

mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Lovelock (2012), service adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dapat dirasakan atau dialami. Artinya service merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dapat dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan.

Salah satu jasa pengiriman yang sudah berdiri lama adalah PT. Pos Indonesia di mana perusahaan mengemban tugas untuk melayani seluruh Indonesia, termasuk jalur ekspedisi yang merugikan. Di sisi lain, pihak swasta hanya mengambil jalur yang menguntungkan. Melansir situs Mahkamah Konstitusi, perusahaan menyebut ketentuan tersebut dapat diartikan penyelenggaraan pos dapat dilaksanakan oleh siapa pun sepanjang telah memenuhi kriteria dan persyaratan sebagai badan usaha yang menyelenggarakan pos. Akibatnya, Pos Indonesia kehilangan hak eksklusifnya sebagai pos negara. Dan bahkan menjadi tidak ada bedanya dengan penyelenggara pos non-negara. “Di sisi lain, pemohon (Pos Indonesia) sebagai pos negara masih dibebani kewajiban menyelenggarakan pelayanan umum,” demikian bunyi permohonan tersebut yang tercantum pada 13 September 2020 (Tobing, 2021).

PT. Pos Indonesia tengah bertahan dari gilasan zaman. Disrupsi teknologi berdampak pada laba perseroan yang kian susut. Berdasarkan laporan keuangan terakhir, laba bersihnya merosot 64 persen, yaitu dari sebesar Rp355 miliar pada 2017 lalu menjadi hanya Rp127 miliar pada tahun 2018. Pengamat BUMN dari Universitas Indonesia (UI) Toto Pranoto mengungkapkan bisnis pos di seluruh dunia pasti mengalami persoalan dengan begitu cepatnya disrupsi teknologi di

bidangnya. "Orang mulai berpindah dari bisnis pos tradisional ke model-model baru yang terkadang itu juga di luar pemikiran mereka (Primadhyta, 2019).

Banyaknya jasa pengiriman yang bermunculan seperti JNT, JNE, si Cepat dan jasa pengiriman lainnya yang memberikan jasa pelayanan yg lebih membuat masyarakat berpindah. Hal ini juga terjadi di kantor pos cabang bakongan dimana mengalami penurunan peminat di bidang jasa pengiriman dimana masyarakat lebih memilih untuk mengirim kan paket atau surat menyurat melalui jasa pengiriman transportasi umum ataupun menitipnya kepada supir mobil, dikarenakan tidak efektifnya manajemen waktu di jasa pengiriman dikantor pos yang menyebabkan sering terjadinya keterlambatan barang sehingga menyebabkan sifat loyal masyarakat berkurang.

Penelitian ini replikasi dari penelitian elvita dan Suhaeni (2017) dengan judul pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kantor Pos Indonesia cabang Bandung dengan hasil peneltian menunjukkan bahwa kinerja pelayanan kantor Pos Indonesia cabang Bandung berada pada kategori baik/tinggi. Persamaan penelitian terdapat pada variabel kinerja pelayanan dan loyalitas pelanggan, perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada tempat dan waktu penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah apakah kinerja pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kantor Pos Indonesia cabang bakongan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Kantor Pos Indonesia Cabang Bakongan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah .

#### **1. Manfaat Akademis**

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

#### **2. Manfaat Praktis**

Memberikan informasi dan masukan kepada kantor sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai strategi bersaing. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja kantor di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian pustaka**

##### **2.1.1. *Agency Theory* (Teori Keagenan)**

Konsep teori keagenan (*Agency Theory*) menurut supriyono (2018:63), teori keagenan merupakan hubungan kontrak dua antara prinsipal (pemeberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), prinsipal dapat mengontrak agen untuk bekerja demi kepentingan atau tujuan prinsipal sehingga prinsipal dapat memberikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen untuk mencapai tujuan tersebut. Agen memiliki suatu tanggung jawab atas pencapaian tujuan tersebut dan agen dapat menerima suatu balas jasa dari prinsipal. Prinsipal merupakan para pemegang saham dan agen merupakan manajemen puncak (dewan komisaris dan direksi). Semakin tinggi pencapaian suatu tujuan principal maka akan semakin tinggi pula balas jasa yang akan diterima oleh agen.

##### **2.1.2. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

*Customer loyalty* atau loyalitas konsumen menurut Amin Widjaja Tunggal (2008:6) dalam jurnal Santosa (2018) adalah keterikatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang. Sedangkan Menurut Ali Hasan (2008:83) dalam jurnal santosa (2018). Loyalitas pelanggan dedefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya

dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Menurut Nugroho dan Sudaryanto (2018) hubungan antara kinerja layanan dengan loyalitas pelanggan yaitu bahwa meningkatnya kinerja layanan yang diberikan, maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan yang akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa 18 loyalitas konsumen dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon konsumen potensial sampai dengan *advocate customers* yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

#### 1. Pengertian loyalitas

Menurut Oliver (2014) dalam Jeremia dan Djurwati (2019:833) *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada brand yang sama, meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti brand lain. Dari definisi di atas terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Griffin 2002 dalam Amriani (2020) mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- a. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal)
  - b. Dapat mengurangi biaya transaksi
  - c. Dapat mengurangi biaya turn over konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit)
  - d. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
  - e. Mendorong yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas
2. Karakteristik loyalitas

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagai mana diungkapkan Griffin (2002) dalam Amriani (2020), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur
  - b. Membeli di luar lini produk/jasa
  - c. Merekomendasikan produk lain
  - d. Menunjukkan dari kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing
3. Indikator Loyalitas

Menurut Robby (2017:353) dalam jurnal Sakinah dan Ismunandar (2022) menjelaskan bahwa Indikator loyalitas konsumen sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian ulang adalah niat beli yang dilakukan konsumen lebih dari satu kali pembelian
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain adalah menyarankan atau merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk yang ia beli
- c. Tidak berniat untuk pindah adalah konsumen setia terhadap produk atau merek yang disukai nya dan enggan berpindah merek
- d. Membicarakan hal-hal positif adalah berbicara hal-hal positif produk yang dibeli

### **2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan**

Berikut ini faktor-faktor loyalitas pelanggan antara lain (Lepojevic & Dukic, 2018).

1. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau perasaan kekecewaan yang timbul sebagai akibat dari ekspektasi nilai dan perbandingan pengiriman. Terdapat beberapa dimensi kepuasan pelanggan antara lain kepuasan pelayanan jasa, informasi terkait jasa, kepuasan penyelesaian keluhan, proses pemesanan jasa, kepuasan interaksi antara petugas dan pelanggan.
2. Kepercayaan pelanggan merupakan hal penting sebagai penentu dari perilaku pelanggan dalam melakukan proses pembelian. Hal ini muncul sebagai hasil dari pengalaman pelanggan dari penggunaan layanan sebelumnya secara keseluruhan dengan produk atau jasa perusahaan, dan terdapat atribut yang tidak berwujud ataupun yang berwujud. Komponen

yang terdapat dalam kepercayaan pelanggan antara lain kepercayaan dari para pelanggan, menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan, memperkuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3. Komitmen pelanggan adalah faktor kompleks yang dapat diartikan dari beberapa sudut pandang. Dalam menciptakan komitmen pelanggan komponen psikologis sangat berpengaruh dalam menciptakan keterikatan, untuk memfokuskan kesetiaan emosional pelanggan dan hubungan yang melibatkan pelanggan.
4. Persepsi kualitas layanan timbul dari terpenuhinya harapan-harapan pelanggan, yaitu antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan tentang layanan yang akan diberikan oleh penyedia layanan. Menurut Gronroos dalam Khan & Fasih (2014) layanan merupakan adanya interaksi lanjutan yang terjadi antara penyedia jasa dan pelanggan terdiri dari atribut yang berwujud dan yang tidak berwujud. Kualitas layanan memiliki beberapa dimensi antara lain *Tangibles* (bentuk fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (Empati).

#### **2.1.4. Kinerja Pelayanan**

Menurut Cronin dan Taylor dalam jurnal Elvita dan Suhaeni (2017), menyatakan bahwa “*service performance*” merupakan ukuran kualitas jasa atau pelayanan adalah kinerja dari jasa atau pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan”. Kinerja pelayanan juga disebut *perceive performance* atau persepsi kinerja. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:308),

“*perceive performance* merupakan keyakinan pelanggan mengenai jasa yang dialami atau *beliefs about experience service*”. Cronin dan Taylor mengembangkan model pengukuran kualitas pelayanan atau jasa hanya pada kinerja atau *performance* nya saja, dan tidak menggunakan harapan.

Menurut Nugroho dan Sudaryanto kinerja layanan (*service performance*) adalah penilaian menyeluruh pelanggan terhadap hasil pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga kualitas jasa/pelayanan lebih tepat dan spesifik. Semakin perusahaan tersebut mampu menunjukkan kinerja layanan, maka akan semakin menambah tingkat loyalitas pelanggan. Jadi kinerja pelayanan adalah suatu gambaran pencapaian atau tingkat keberhasilan organisasi dalam melaksanakan kegiatan pelayanan kepada publik atau konsumen.

#### **2.1.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja/Prestasi Kerja**

Faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*). Hal ini sesuai dengan pendapat Keith devis, (1964:484) yang merumuskan bahwa :

- *Human performance* = *Ability + Motivation*
- *Motivation* = *Attitude + Situation*
- *Ability* = *Knowledge + Skill*

##### **a. Faktor kemampuan**

Secara psikologis, kemampuan (*ability*) pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (*knowledge + skill*). Artinya, pegawai yang memiliki IQ di atas rata-rata (IQ 110-120) dengan Pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka

akan lebih mudah mencapai kinerja yang di harapkan. Oleh karena itu, pegawai perlu di tempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

b. Faktor motivasi

Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam meghadapi situasi (*situation*) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah unuk mencapai tujuan organisasi . Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong diri pegawai untuk berusha mencapai prestasi kerja secara maksimal. Sikap mental yang siap secara psikofisik (siap secara mental, fisik, tujuan, dan situasi). Artinya, seorang pegawai harus siap mental, mampu siap fisik, memahami tujuan utama dan target kerja yang akan di capai, mampu memanfaatkan, dan menciptakan situasi kerja.

#### **2.1.6. Jenis jenis pelayanan**

Dalam kantor pos terdapat berbagai jenis jasa pelayanan yaitu di antaranya jasa pengiriman baik itu barang atau uang, dan bebagai payment, dan juga penyaluran dana bantuan dan masih banyak jasa pelayanan lainnya hanya saja yang banyak di minati oleh pelanggan adalah jasa pelayanan yang di jelaskan di atas

#### **2.1.7. Pengukuran Kinerja**

Sebelum memahami tentang pengukuran kinerja, sebaiknya terlebih dahulu memahami tentang pengertian dari kinerja. Menurut Mahsun (2011:141) dalam jurnal (Prasetia, 2016). Kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingka pencapaian pelaksanaan suatu kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi yang tertuang dalam strategik planning suatu organisasi. Beberapa pendapat yang dikutip oleh Mahsun (2006:25-26),

pengukuran kinerja merupakan suatu aktivitas penilaian pencapaian target-target tertentu yang diderivasi dari tujuan strategi organisasi. Kesimpulan dari pengertian di atas menjelaskan bahwa maksud dari pengukuran kinerja adalah suatu tahapan dari organisasi dalam melaksanakan penilaian terhadap kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana selama satu periode tertentu, sehingga hasil dari penelitian tersebut dapat membantu pihak manajemen untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat tercapai target dari tujuan organisasi. Ada enam indikator dengan masing-masing memiliki bobot dalam penilaian kinerja unit penyelenggara pelayanan publik sesuai Permen No. 17/2017 yakni Kebijakan Pelayanan (30 persen), Profesionalisme SDM (18 persen), Sarana Prasarana Pelayanan (15 persen), Sistem Informasi Pelayanan (15 persen), Konsultasi dan Pengaduan (15 persen), serta Inovasi Pelayanan (7 persen). Jika setiap unit penyelenggara pelayanan publik ingin memiliki Kinerja Pelayanan Prima maka enam indikator ini bisa menjadi jalan menuju predikat tersebut (Putra, 2019).

#### 1. Kebijakan Pelayanan

Indikator ini berfokus pada ketersediaan standar pelayanan pada unit penyelenggaraan pelayanan publik. Standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara pelayanan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur. Komponen Standar Pelayanan Publik (SPP) diatur dalam Pasal 21 UU No. 25/2009 tentang Pelayanan Publik.

Penilaian standar pelayanan pada unit Penyelenggara Pelayanan Publik meliputi ketersediaan SPP yang menjadi acuan pemberian pelayanan pada

masyarakat, SPP pada setiap jenis/produk layanan, kesesuaian SPP Unit Penyelenggara dengan peraturan perundang-undangan, keteraksesan SPP Unit Penyelenggara oleh masyarakat, penyusunan SPP yang melibatkan masyarakat dan SPP yang tepat guna.

Pelayanan adalah salah satu komponen SPP yang penting sebagai janji Penyelenggara Pelayanan Publik kepada masyarakat. Maklumat Pelayanan adalah pernyataan kesanggupan Penyelenggara Pelayanan Publik dalam melaksanakan pelayanan sesuai dengan Standar Pelayanan Publik yang telah disusun dan dipublikasikan.

Penyelenggara Pelayanan Publik juga dituntut untuk melakukan Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) sebagai bentuk umpan balik dari masyarakat tentang pelayanan yang telah diselenggarakan: apakah pelayanan sudah sesuai dengan SPP atau belum. Hasil Survei tersebut diharapkan ditindaklanjuti oleh Penyelenggara dan mengukur kecepatan melakukan tindak lanjut dari hasil survei.

## 2. *Profesionalisme* SDM Penyelenggara

Indikator ini berfokus pada kompetensi pelaksana pelayanan publik sesuai jenis layanan yang diselenggarakan. Diharapkan ada kesesuaian jenis pelayanan yang diselenggarakan dengan kompetensi pelaksana layanan. Pelaksana layanan yang kompeten diharapkan pula responsif dan sigap memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bagi pelaksana layanan yang bekerja sesuai dengan kompetensi, dibuatkan Kode Etik Pelaksana Layanan sebagai aturan perilaku dalam melayani masyarakat. Dalam kode etik tersebut diatur tentang ketentuan sanksi (*punishment*) dan penghargaan (*reward*) bagi pelaksana pelayanan. Selain itu,

pelaksana pelayanan dinilai dalam penggunaan seragam dan pemakaian atribut selama melaksanakan tugasnya sebagai bagian dari budaya pelayanan.

### 3. Sarana Prasarana Pelayanan Publik

Indikator ini berfokus pada sarana prasarana pelayanan yang bersifat fisik (*tangible*) seperti parkir, *front office*, ruang tunggu, hingga toilet bagi pengguna layanan serta ruang laktasi dan sarana penunjang lainnya bagi yang berkebutuhan khusus (*difable*).

### 4. Sistem Informasi Pelayanan Publik

Indikator ini berfokus pada sistem informasi berbasis elektronik dan non elektronik untuk informasi publik sebagai bentuk dukungan operasional pelayanan publik. Sistem informasi yang baik jika memuat informasi tentang profil penyelenggara, pelaksana, standar pelayanan, maklumat pelayanan, pengelolaan pengaduan dan penilaian kinerja unit penyelenggara. Kepemilikan situs dan pengelola situs juga perlu diperhatikan, seperti nama domain dan/atau subdomain sebaiknya menggunakan domain "go.id" (*Government Indonesia*). Pengelola situs atau sosial media milik Penyelenggara senantiasa melakukan pemutakhiran data dan kegiatan Penyelenggara.

Sementara sistem informasi non elektronik dapat berupa poster, spanduk, *leaflet*, buku, dokumen, dan bahan cetak lainnya yang berisi profil penyelenggara, dan profil pelaksana yang didokumentasikan dan dipublikasikan di ruang pelayanan, ruang publik (seperti alun-alun), perpustakaan daerah, kantor pemerintahan lainnya dan disebarluaskan ke pemangku kepentingan.

## 5. Konsultasi dan Pengaduan

Indikator ini berfokus pada ketersediaan sarana/wahana pengaduan dan konsultasi. Sarana yang dimaksud dapat berupa media sosial, email, surat, telepon, tatap muka, tempat khusus dan petugas khusus. Sedangkan hasil konsultasi masyarakat didokumentasikan sebagai arsip yang terdokumentasi dan mudah diakses didalam *website/situs*, majalah/koran, dan dokumen lainnya. Tentunya sarana yang dimaksud dapat diakses dan bisa dimanfaatkan semua lapisan masyarakat.

## 6. Inovasi Pelayanan

Indikator ini berfokus pada kreatifitas pelaksana pelayanan publik melakukan inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat, berkelanjutan, dapat direplikasi, dan sudah dilaksanakan minimal dalam rentang waktu satu tahun. Inovasi yang dihasilkan nilainya akan tinggi jika sudah pernah diikuti dalam kompetisi inovasi pelayanan publik seperti Sinovik (Sistem Informasi Inovasi Pelayanan Publik) yang diselenggarakan Kemenpan-RB dan pernah mendapat penghargaan nasional dan internasional dari institusi tertentu atas inovasi yang telah dihasilkan.

### **2.1.8. Manfaat Pengukuran Kinerja**

Pengukuran kinerja dimaksudkan untuk membantu memperbaiki kinerja pemerintah, memperbaiki pengalokasian sumber daya dan pembuatan keputusan, serta untuk memfasilitasi terwujudnya akuntabilitas publik. Berikut manfaat pengukuran kinerja organisasi sektor publik menurut Mahsun (2011:149) dalam jurnal Prasetia (2016).

- 1) Memastikan pemahaman para pelaksana dan ukuran yang digunakan untuk mencapai kinerja;
- 2) Memastikan tercapainya rencana kinerja yang disepakati;
- 3) Memonitor dan mengevaluasi pelaksanaan kinerja dan membandingkannya dengan rencana kerja serta melakukan tindakan untuk memperbaiki kinerja
- 4) Memberikan penghargaan dan hukuman yang objektif atas kinerja yang dicapai setelah dibandingkan dengan sistem pengukuran kinerja yang telah disepakati;
- 5) Pengukuran Kinerja Pelayanan Pada Prasetia, Muhammad Yuga 3  
Menjadikan alat komunikasi antara bawahan dan pimpinan dalam upaya memperbaiki kinerja organisasi;
- 6) Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi;
- 7) Membantu memahami proses kegiatan instansi pemerintah;
- 8) Memastikan bahwa pengambilan keputusan dilakukan secara objektif;
- 9) Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan.
- 10) Mengungkapkan masalah yang terjadi.

#### **2.1.9. Tujuan Pengukuran Kinerja**

Menurut Mahmudi (2007:14) dalam jurnal (Prasetia, 2016), tujuan pengukuran kinerja adalah:

- 1) Mengetahui tingkat ketercapaian tujuan organisasi, penilaian kinerja berfungsi sebagai tonggak (*milestone*) yang menunjukkan tingkat ketercapaian tujuan dan juga menunjukkan apakah organisasi berjalan

sesuai arah atau menyimpang dari arah yang semestinya, pimpinan dengan cepat dapat melakukan tindakan koreksi dan perbaikan;

- 2) Menyediakan sarana pembelajaran pegawai, pengukuran kinerja merupakan sarana untuk pembelajaran pegawai tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan memberikan dasar dalam perubahan perilaku, sikap, *skill*, atau pengetahuan kerja yang harus dimiliki pegawai untuk mencapai hasil kerja terbaik. Hanya dengan pengukuran kinerja seseorang dapat diketahui bahwa ia telah bekerja dengan baik atau tidak. Proses pengukuran dan penilaian kerja akan menjadi sarana pembelajaran bagi semua organisasi melalui refleksi terhadap kinerja masa lalu, evaluasi kinerja saat ini, identifikasi solusi terhadap permasalahan kinerja saat ini, dan membuat keputusan-keputusan untuk perbaikan kinerja yang akan datang;
- 3) Memperbaiki kinerja periode berikutnya, penerapan sistem pengukuran kinerja dalam jangka panjang bertujuan untuk membentuk budaya berprestasi (*achievement culture*) didalam berorganisasi. Budaya kinerja atau budaya berprestasi dapat diciptakan bila sistem pengukuran kinerja mampu menciptakan atmosfer organisasi, sehingga setiap orang dalam organisasi dituntut untuk berprestasi. Untuk menciptakan atmosfer itu diperlukan perbaikan kinerja secara terusmenerus. Kinerja saat ini harus lebih baik dari kinerja sebelumnya dan kinerja yang akan datang harus lebih baik dari pada sekarang;
- 4) Memberikan pertimbangan yang sistematis dalam pembuatan keputusan pemberian *reward & punishment*, pengukuran kinerja berujuan

memberikan dasar sistematis bagi manajer untuk memberikan reward, misalnya kenaikan gaji, tunjangan, dan promosi, atau *punishment* misalnya, pemutusan kerja, penundaan promosi, dan teguran.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan masalah dalam penelitian ini akan di paparkan berikut ini. Penelitian-penelitian tersebut juga akan digunakan sebagai bahan referensi untuk memahami variabel dalam penelitian ini :

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

No	Nama Tahun	Judul	Metode analisis	Model Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Ratna diki Hartati 2021	Pengaruh Kinerja Driver Dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang)	Metode kuantitatif	Metode Survei	Hasil dari penelitian ini adalah Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kinerja driver (x1) terhadap kepuasan pelanggan (x3) Gojek, Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kinerja driver (x1) terhadap loyalitas pelanggan (y) Gojek	Persamaan : Variabel kinerja dan loyalitas pelanggan  Perbedaan : Objek, Tempat dan waktu penelitian

**Tabel 2.1 Lanjutan**

2.	Devi elvita dan Suhaeni 2017	Pengaruh Kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	Metode kuantitatif	Metode Survei	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kinerja pelayanan di PT Pos Indonesia Bandung berada pada kategori baik/tinggi	Persamaan : Variabel kinerja pelayanan dan loyalitas pelanggan  Perbedaan : Tempat dan waktu penelitian
3	Ernani hadiyati 2010	Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt. Pos indonesia (persero) kantor pos lawang)	Metode kuantitatif	Metode Survei	Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung , kehandalan, tanggapan, jaminan dan perhatian , terbukti berpengaruh signifikan, baik secara simultan maupun secara parsial, terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang.	Persamaan : Variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan  Perbedaan : Tempat dan waktu penelitian

**Sumber Data diolah (2022)**

Berdasarkan beberapa contoh hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaan ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah pada metode analisi, variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan, yaitu variabel kinerja

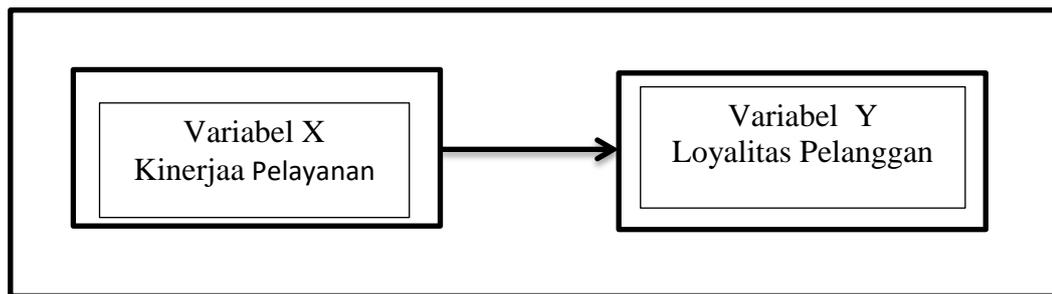
pelayanan, dan Loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya terletak di waktu dan judul sebelumnya adalah pada kaitan pembahasan variabel kinerja pelayanan, dan Loyalitas pelanggan.

Adanya persamaan dan perbedaan yang terdapat dalam beberapa contoh di atas dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya tentu membawa konsekuensi pada hasil penelitian yang diperolehnya. Bila pada hasil-hasil penelitian sebelumnya ditujukan untuk memperoleh gambaran variabel itu sendiri (Variabel kualitas pelayanan, dan Loyalitas pelanggan) maka pada penelitian ini diharapkan untuk menghasilkan gambaran tentang Pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

### **2.3 Kerangka pemikiran**

Menurut Wijaya (2011:23) dalam jurnal Elvita dan Suhieni (2017), dengan memperhatikan kinerja pelayanan pada kualitas jasa maka akan memperkuat loyalitas pelanggan, yaitu pelayanan yang baik yang diberikan suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa nyaman dengan perusahaan sehingga timbul loyalitas pelanggan karena mereka merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selanjutnya pengukuran loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan empat dimensi loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian berulang secara teratur (repeat purchase), membeli antar lini produk atau jasa (purchases across product and service line), merekomendasikan kepada orang lain (refers others), dan menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing (demonstrates immunity to the pull of the competition). (Elvita dan Suhaeni, 2017).

Dari fenomena yang telah di jelaskan maka kinerja pelayanan sangat penting dan di butuhkan untuk meningkatkan sifat loyalitas pelanggan terhadap jasa yang terdapat pada suatu instansi. Dalam menciptakan loyalitas pelanggan maka perusahaan harus memenuhi faktor faktor yang mempengaruhi kinerja pelayan.



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

#### **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penjelasan mengenai hubungan kinerja pelayanan dengan loyalitas pelanggan, serta berdasarkan dari penjelasan kerangka pemikiran dari penelitian ini, maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha: Kinerja pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada di PT Pos Indonesia Cabang Bakongan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian diklasifikasikan sebagai rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa supaya diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian dibagi dalam dua bagian besar, yaitu secara menyeluruh dan parsial. Secara menyeluruh, desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain penelitian secara parsial merupakan penggambaran tentang hubungan antar variabel, pengumpulan data dan analisis data. Komponen desain dapat mencakup semua struktur penelitian diawali saat menemukan ide, menentukan tujuan, kemudian merencanakan (Noor, 2012:108).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Tujuan penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penerapan metode untuk menguji atau meneliti sebuah teori dengan cara menganalisis hubungan antar variabel melalui prosedur statistic (Noor, 2017:38). Data penelitian ini berasal dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan skala tertentu Penelitian ini ingin melihat Pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kantor PT. POS Indonesia cabang Bakongan.

##### **2. Jenis investigasi**

Penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada sampel yang telah ditentukan, pengumpulan data menggunakan

instrumen, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan. Variabel yang diteliti terdiri dari Kinerja pelayanan, dan Loyalitas pelanggan pada kantor Pos Indonesia Cabang Bakongan.

### 3. *Setting* penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan (Sugiyono, 2018). Lokasi penelitian ini yaitu di Kantor Pos Indonesia yang ada di Kecamatan Bakongan.

### 4. Tingkat keterlibatan peneliti

Tingkat keterlibatan penelitian adalah sejauh mana peneliti terlibat dalam melakukan penelitian (Sugiyono, 2018). Peneliti terjun langsung dalam melakukan penelitian dengan membagikan kuisioner kepada pelanggan Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Bakongan Kabupaten Aceh selatan.

### 5. Unit analisis

Unit analisis data dalam penelitian ini yaitu pelanggan kantor Pos Indonesia, yang ada di Kecamatan Bakongan Kabupaten Aceh selatan.

### 6. Horizon waktu

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif korelasional dengan pendekatan cross sectional. Penelitian deskriptif korelasional merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Penelitian cross sectional adalah penelitian dimana peneliti mengukur data variabel independen dan dependen hanya sekali pada satu waktu (Nursalam, 2017). Waktu penelitian ini dilakukan selama 4 minggu, yang dimana penelitian

ini mengkaji Pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kantor PT. Pos Indonesia cabang Bakongan Kabupaten Aceh selatan.

## **3.2 Populasi Dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang , tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, populasi juga sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang di pelajari , tetapi meliputi seluruh karakteristik /sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2018:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi produk barang/jasa pada kantor Pos Indonesia cabang Bakongan.

### **1.2.2. Sampel**

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap pelanggan secara kebetulan Kantor Pos Indonesia Cabang Bakongan. Menurut (Sugiyono:2016:124). *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah Teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan jumlah target kuisoner disebarkan ke pelanggan sebanyak 50 kuisoner.

### **3.3 Sumber dan Teknik Pengambilan Data**

#### **3.3.1 Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data primer. Dimana data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) Indriantoro dan Supomo (2012:27). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mendatangi secara langsung kantor PT.Pos Indonesia cabang Bakongan dan memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada responden. Dalam pengumpulan data, peneliti menunggu responden menjawab semua kuesioner yang telah disediakan sebelumnya. Untuk dapat menyelesaikan penyebaran kuesioner tersebut, peneliti memperkirakan waktu selama 1 bulan.

#### **3.3.2 Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuisoner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuisoner merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisoner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisoner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (sugiyono, 2018:142)

Agar lebih efisien mendapatkan data dari responden maka peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner tersebut disusun dengan

menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sugiyono, 2018).

### 3.4 Defenisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi operasional variabel	Indikator	Skala
Kinerja pelayanan Variabel ( X ) Sumber : Elvita dan Suhaeni (2017)	“ <i>service performance</i> ” merupakan ukuran kualitas jasa atau pelayanan adalah kinerja dari jasa atau pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan”.	a) Kebijakan pelayanan b) Profesionalisme SDM c) Sarana prasarana pelayanan d) Sistem Informasi e) Konsultasi dan pengaduan f) Inovasi pelayanan	Likert
Loyalitas pelanggan Variabel ( Y ) Sumber : Ratna dikin hartati (2021)	Loyalitas adalah respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternative dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis.	- Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa ( <i>Purchases across Product and service lines</i> ) - Merekomendasikan produk ( <i>Refers other</i> ) - Tidak ingin beralih menggunakan produk sejenis pesaing - Kesusaian harapan	Likert

Sumber : Data diolah 2022

### 3.5 Model Analisis Data

Untuk melihat pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kantor Pos Indonesia cabang Bakongan, maka terlebih dulu digunakan

formulasi untuk mencari hubungan antara variabel *independen* dibagi menjadi sistem Kualitas Pelayanan (x), dengan Loyalitas Pelanggan (y) yakni melihat pengaruh Kinerja Pelayanan dan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kantor PT.Pos Indonesia cabang Bakongan. dengan menggunakan Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, yang akan diolah dengan menggunakan SPSS dengan penjelasan sebagai berikut:

### 3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen atau alat ukur dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item, uji validitas item ditunjukkan dengan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item, dari hasil perhitungan korelasi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan (Priyatno, 2015:43).

Dalam pengujian ini validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson (Product Momen Pearson)*. Menurut Priyatno (2015:43) analisa *Bivariate Pearson* dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total, item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan bahwa item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Koefisien korelasi item total *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan rumus berikut:

Dimana  $r$  = koefisien korelasi item total (*Bivariate Pearson*);  $X$  = skor item;  $Y$  = skor total;  $n$  = banyaknya subjek atau responden.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05 dengan kriteria pengujian :

- Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  ( uji 2 sisi dengan sign 0,05 ) maka instrumen atau pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  ( uji 2 sisi dengan sign 0,05 ) maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid sehingga harus dikeluarkan atau diperbaiki untuk diperiksa kembali sehingga dapat digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur, apakah suatu alat ukur dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran dilakukan berulang-ulang (Priyatno, 2015:44). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik dimana suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila di teskan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda (Matondang, 2014:62).

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Priyatno (2015:44) metode ini selalu digunakan dalam penelitian dan sangat cocok untuk skor yang berbentuk skala (misalnya 1-4; 1-5) dan skor rentang (misal 0-20; 0-50). Adapun rumus reliabilitas dengan metoda *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_b^2}{S_i^2} \right]$$

Dimana :

$r$  = reliabilitas instrumen;

$k$  = banyaknya butir pertanyaan;

$\Sigma sb^2$  = jumlah varian butir;

$si^2$  = varian total.

Untuk pengujian reliabilitas biasanya menggunakan batasan tertentu, menurut Sekaran (dalam Priyatno, 2015) reliabilitas sebesar  $> 0,6$ .

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian uji asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Ada beberapa penyimpangan asumsi klasik yang dapat terjadi dalam penggunaan model regresi, yaitu, Uji normalitas, Uji linieritas dan heteroskedastisitas, untuk lebih jelas sebagai berikut:

#### 1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara dengan kertas peluang normal, uji chi-kuadrat, uji Liliafors, dan teknik *kolmogorof-smirnov*, dan SPSS ( Juliansyah 2012:174 ). Sedangkan Sunyoto (2016; 92) menjelaskan uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data 50 variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau

normal sama sekali. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki 41 distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov

## 2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah faktor-faktor pengganggu mempunyai variasi yang sama atau tidak seluruh observasi. Heteroskedastisitas berarti varians variabel dalam model tidak sama (*konstan*). Konsekuensinya adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir (*estimator*) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun sampel besar, walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai sebenarnya (konsisten). Ini disebabkan oleh varians-nya yang tidak minimum (tidak efisien) (Algifari, 2015).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedstisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat scatter plot antara standardized residual (*SRESID*) terhadap standardized predicted value (*ZPRED*). Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastistas. Jika tidak ada pola yang jelas serta tidak ada titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastistas (Ghozali. I, 2011).

### 3.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linier. Regresi linier dibagi ke dalam dua kategori, yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*), sedangkan regresi linier berganda digunakan untuk satu variabel tak bebas (*dependent*) dan dua atau lebih variabel bebas (*independent*).

Tujuan penerapan kedua metode ini adalah untu meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).

Rumus regresi linier sederhana

$$Y = a + b.X + e$$

Di mana :

Y = Loyalitas pelanggan.

X = Kinerja pelayanan

e = Error

a dan b = Konstanta.

#### **3.5.4 Uji hipotesis ( uji t )**

Menurut Hasan (2014:241) uji t merupakan uji yang digunakan untuk melihat signifikan dari pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis suatu parameter bila sampel berukuran kecil ( $n < 30$ ) dan ragam populasi tidak diketahui (Hasan, 2014, h. 96).

#### **3.5.5 Uji koefisien determinasi ( $r^2$ )**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Berikut ketentuan uji  $R^2$ :

- Nilai *R-squared* dapat dikatakan “Baik” apabila nilai tersebut mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol).
- Nilai *R-squared* dikatakan “Tidak Baik” apabila nilai tersebut berada di bawah angka 1 (satu).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Kantor Pos**

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan persero.

Kantor pos indonesia berdiri pada 26 Agustus 1746; 276 tahun lalu, saham Pos Indonesia sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Saat ini Pos Indonesia tidak hanya melayani jasa pos dan kurir, tetapi juga jasa keuangan, ritel, dan properti, yang didukung oleh titik jaringan sebanyak lebih dari 4.000 kantor pos dan 28.000 Agen Pos yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Objek penelitian ini merupakan Kantor pos indonesia cabang Bakongan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah seluruh pelanggan yang melakukan transaksi di Kantor pos Indonesia cabang Bakongan selama satu bulan yaitu bulan agustus s/d september 2022. Proses pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *accidental sampling*, yang mana sampel nya di ambil dengan menyebarkan kuisioner kepada setiapp pelanggan yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti dalam jangka satu bulan yang berjumlah 50 responden.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, kinerja pelayanan sebagai variabel *independent* yang mempengaruhi variabel *dependent*, dan loyalitas pelanggan sebagai variabel *dependent* yang dipengaruhi. Hasil penelitian ini dilakukan menggunakan pengolahan data SPSS versi 25.

#### 4.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos Cabang Bakongan sebanyak 50 orang. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Karakter Responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Usia, pendidikan terakhir, Pekerjaan, Jumlah berapa kali menggunakan jasa pelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan,

##### a. Karakteristik Responden Menurut jenis Kelamin

Responden Menurut kelompok jenis kelamin pelanggan jasa pelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan adalah seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki- laki	21	42
2.	Perempuan	29	58
Jumlah		50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki 21 orang dengan persentase (42 %) dan perempuan 29 orang dengan persentase (58 %). Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar

pelanggan dari jasa pelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan lebih dominan perempuan yaitu sebanyak 29 orang dengan nilai peresentase (29%).

b. Karakteristik Responden menurut Usia

Responden Menurut kelompok usia pelanggan jasa pelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan adalah seperti pada table berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakter Responden Menurut kelompok usia**

No.	Kelompok usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	2	4
2.	21 - 30 tahun	41	82
3.	31 – 40 tahun	7	14
Jumlah		50	100%

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berdasarkan kelompok usia , dengan usia dibawah 20 tahun sebanyak 2 orang (4%) usia 21-30 tahun sebanyak 41 orang (82%), dengan usia 31-40 tahun sebanyak 7 orang (14%) dan hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jaspelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan lebih dominan pelanggan yang berusia 21 - 30 tahun dengan persentase 82 % dari total responden.

c. Karakteristik Responden menurut Pendidikan

Responden Menurut kelompok pendidikan pelanggan jaspelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan adalah seperti pada table berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Menurut pendidikan**

No.	Kelompok pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD	2	4
2.	SMP	2	4
3.	SMA	36	72
4.	Sarjana/ diploma	10	20
Jumlah		50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berdasarkan kelompok pendidikan , SD dengan jumlah responden 2 orang (4%), SMP dengan jumlah responden 2 orang (4%) SMA dengan jumlah responden 36 orang (72%) dan sarjana/ diploman dengan jumlah responden 10 orang (20%) . hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jaspelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan lebih dominan dengan pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 26 Responden dengan persentase % dari total responden..

Karakteristik Responden menurut Pekerjaan Responden Menurut Pekerjaan pelanggan jaspelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan adalah seperti pada table berikut

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/ Mahasiswa	21	42
2.	Pegawai Negeri/ TNI-POLRI	2	4
3.	Pegawai swasta	8	16
4.	Wiraswasta	2	4
5.	Lainnya	17	34
Jumlah		50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berdasarkan Pekerjaan , Pelajar/ mahasiswa sebanyak 21 orang (42%) Pegawai Negeri/ TNI-POLRI sebanyak 2 orang (4%), dengan Pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 8 orang (16%), Wiraswasta sebanyak 2 orang (4%) dan Lainnya sebanyak 17 orang (34%) hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jaspelayanan Kantor Pos Cabang Bakongan lebih dominan

pelanggan dengan pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa dengan jumlah Responden 21 orang persentase 42 % dari total responden

### 4.3. Analisis Data dan Pembahasan

#### 4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas

##### 4.3.1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji kebenaran yang dilakukan oleh seseorang dalam penelitiannya yang bertujuan untuk membuktikan apakah data yang telah didapatkan valid atau tidak. uji validitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah: apabila  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid. Apabila  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid. Dalam kasus ini  $df = 48$  dengan  $\alpha 0.05$  didapat  $r\text{-tabel} 0,278$ , jika  $r\text{-hitung}$  (untuk tiap-tiap pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari  $r\text{-tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS ver. 25. dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Loyalitas dengan 8 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel (Y)**

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlasi / $r_{hitung}$	$r\text{Tabel}$	Kriteria
1	0,581	0,278	Valid
2	0,428	0,278	Valid
3	0,471	0,278	Valid
4	0,604	0,278	Valid

5	0,716	0,278	Valid
6	0,682	0,278	Valid
7	0,495	0,278	Valid
8	0,355	0,278	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel (Y) memiliki status valid, karena nilai  $r$  (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,278

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel X Kinerja dengan 12 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel (X)**

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlasi / $r_{hitung}$	$r_{Tabel}$	Kriteria
1	0,556	0,278	Valid
2	0,572	0,278	Valid
3	0,641	0,278	Valid
4	0,631	0,278	Valid
5	0,612	0,278	Valid
6	0,381	0,278	Valid
7	0,545	0,278	Valid
8	0,560	0,278	Valid
9	0,676	0,278	Valid
10	0,315	0,278	Valid
11	0,304	0,278	Valid
12	0,339	0,278	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel (X) memiliki status valid, karena nilai  $r$  (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,278

#### 4.3.1.2. Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan

selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari nilai pada r-tabel. Pengujian reabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS ver. 25. dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Uji Instrumen Reabilitas**

N0	Item Pertanyaan	N Of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Y	8	0,661	Baik
2	X	12	0,743	Baik

*Sumber: Data primer (diolah, 2022)*

Dari tabel-tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *Cronbach's* alpha dari item pertanyaan memiliki nilai diatas 0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan tersebut memiliki reabilitas baik.

### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.2.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

**Tabel 4.8**  
**Output Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53567516
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.071
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

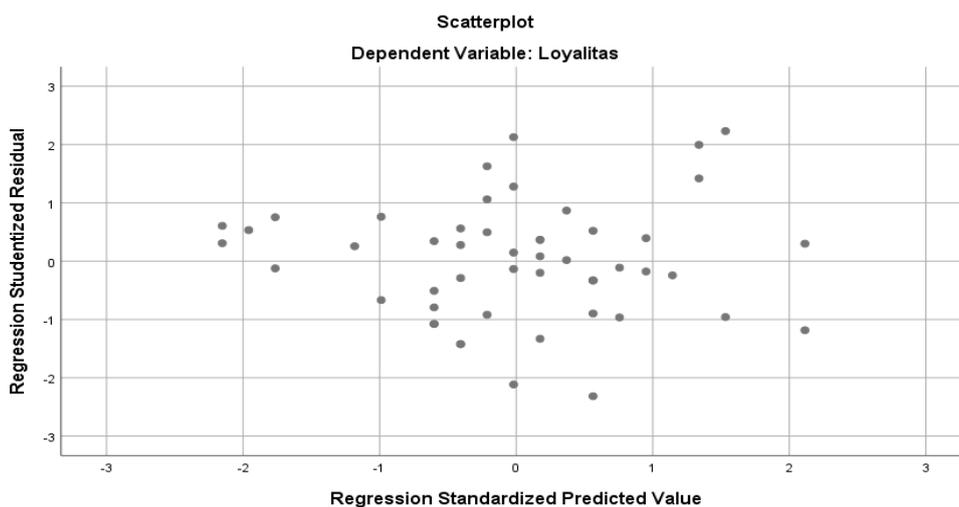
Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan variabel memiliki data yang terdistribusi normal. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini layak menggunakan uji parametrik, seperti: uji t dalam pembahasannya.

#### **4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastis* dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksinya adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai, prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi

ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu X adalah  $\hat{Y}$  (Y yang telah diprediksi) dan sumbu Y adalah residual ( $\hat{Y}-Y$ ) yang telah *distudentized*



Gambar 4.1. Grafik Scatterplot

Dalam grafik (*scatter plot*) terlihat tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menganalisis pengaruh X ( Kinerja pelayanan ) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) . Hasil persamaan regresi dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Output Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.970	4.591		3.696	.001
	Kinerja	.228	.099	.316	2.308	.025

a. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 4.9 diperoleh hasil regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 16,970 + 0,228 + e$$

Pembahasan model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta yaitu sebesar 16,970 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel loyalitas sebesar 16,970.
- 2) Besarnya nilai koefisien X (Kinerja pelayanan) adalah 0.228 yang berarti setiap peningkatan kinerja pelayanan 1%, maka akan menyebabkan peningkatan Loyalitas sebesar 0,228 persen dengan asumsi faktor lain dianggap tetap atau konstan. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Menurut Sudjana (2012) bahwa koefisien regresi linear mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan memuat prediksi/perkiraan nilai Y dan nilai X. Apabila nilai koefisien regresi X bernilai positif maka perkiraan nilai Y juga akan meningkat dan sebaliknya apabila nilai koefisien regresi X bernilai negatif maka perkiraan Y akan menurun.

#### 4.3.4 Uji t

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas:  $X_1$  (Kinerja pelayanan), terhadap Loyalitas pelanggan (Y). Berikut hasil uji t disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Output ( Parsial) Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.970	4.591		3.696	.001
	Kinerja	.228	.099	.316	2.308	.025

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data primer (diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat dijelaskan bahwa Uji t antara variabel *independent* ( Kinerja pelayanan ) dengan variabel *dependent* ( Loyalitas pelanggan);

Uji t antara X ( Kinerja pelayanan ) dengan Y ( Loyalitas pelanggan ) menunjukkan t hitung = 2,308 sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 48). Karena t hitung > t tabel yaitu  $2,308 > 2,010$ , maka pengaruh  $X_1$  adalah positif karena nilai t hitung didapatkan positif dan signifikan pada tingkat kesalahan  $\alpha = 5$  persen ( $0,025 < 0,05$ ). Hal ini berarti  $H_1$  diterima, sehingga hipotesis yang berbunyi pengaruh signifikan kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diterima.

#### 4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel Kinerja terhadap variabel Pengambilan Keputusan Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Output Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.316 <sup>a</sup>	.100	.081	3.572

a. Predictors: (Constant), Kinerja

Sumber: Data primer (diolah, 2022)

Tabel 4.11, menunjukkan hasil bahwa koefisien determinasi variabel bebas X yang diperoleh nilai *R square* sebesar 0,100 atau sebesar 10%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas yang dapat dijelaskan oleh kinerja pelayanan adalah sebesar 10%. Sedangkan sisanya sebesar 90 % dijelaskan oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini seperti Variabel kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, Harga, Promosi dan lain sebagainya.

#### 4.4. Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh Kinerja pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel kinerja pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan atau dengan kata lain kinerja pelayanan merupakan faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada kantor Pos Indonesia cabang Bakongan, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah  $0,02 < 0,05$  dan nilai  $t$  Hitung  $2,308 > t$  tabel  $2,010$ , dengan kata lain hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik skala kinerja pelayanan maka akan selalu diikuti dengan meningkatnya loyalitas pelanggan pada Kantor pos Indonesia cabang Bakongan.

Kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan namun pengaruhnya kecil di kantor Pos Indonesia cabang Bakongan dimana hanya di angka 10% saja . Hal ini bisa di sebabkan oleh beberapa faktor seperti tidak

adanya pilihan lain bagi masyarakat yang membuat masyarakat terpaksa menggunakan pelayanan kantor Pos, juga jauh nya jasa pelayanan lain dan minim nya waktu pelayanan yang di berikan oleh kantor Pos Indonesia dimana kantor Pos tidak beroperasi pada hari libur.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Elvita dan suhaeni (2017) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan di PT Pos Indonesia cabang Bandung berada pada kategori baik/tinggi dimana variabel pada penelitian tersebut sama dengan penelitian ini dimana semakin besar kinerja pelayanan maka semakin besar pula loyalitas pelanggan. Hasil didukung penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Hartati pada tahun 2021 yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kinerja driver terhadap loyalitas pelanggan gojek di kota Malang. Hal ini berarti apabila kinerja pelayanan di tingkatkan maka akan mengakibatkan loyalitas pelanggan yang tinggi.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, maka ditarik kesimpulan bahwa Kinerja pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di Kantor Pos Indonesia Cabang Bakongan, sehingga hipotesis yang berbunyi pengaruh signifikan kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diterima.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis menyarankan :

##### **1. Terhadap instansi**

Diharapkan penelitian ini memberikan informasi kepada pegawai kantor Pos Indonesia cabang Bakongan agar dapat lebih menambah angkutan transportasi untuk meminimalisir keterlambatan.

Sebaiknya Kantor Pos Indonesia cabang Bakongan lebih berinovasi lagi dalam pelayanannya seperti memberikan penawaran-penawaran yang menarik seperti undian yaitu pengumpulan bukti transaksi sesuai yang ditentukan perusahaan yang nanti akan di undi dan akan mendapatkan hadiah. Sebaiknya Kantor Pos Indonesia cabang Bakongan menyediakan kotak saran kepada pelanggan sehingga keluhan dari pelanggan kepada kantor pos dapat tersampaikan dan dengan adanya saran tersebut dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kinerja pelayanan.

## 2. Terhadap peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu, sehingga untuk pengukuran kinerja pelayanan dan loyalitas pos hanya dilakukan kepada pelanggan yang ditemui pada saat penyebaran kuesioner dan yang menerima kuesioner sebanyak 50 responden. Maka dari itu, untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan jumlah sampel dalam meneliti variabel tersebut serta penyebaran kuesioner dilakukan dalam waktu yang lama agar pelanggan yang ditemui bervariasi.

Penelitian ini terbatas pada satu objek penelitian saja, yaitu PT Pos Indonesia Cabang Bakongan. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian di PT Pos Indonesia di daerah Aceh Selatan secara keseluruhan atau tempat penelitian lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Amriani. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.POS Indonesia (Persero Cabang Sungguminasa Kabupaten Goa). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Atmaja, V. K., Sujama, N., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 10, Nom. 1, Hal. 12-23.
- Elvita, D., & Suhaeni, T. (2017). Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 3, No. 1, Hal. 29-42.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadiyati, E. (2010). Aalisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*, Vol. 2, No. 2, Hal. 81-90.
- Hafeez, S., Muhammad, B., 2012. *The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan*. *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 3, 200–209.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2012). *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jeremia, K., & Djurwati, S. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pda CV.Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba*, Vol. 7, No.1 Hal.831-840.
- Khan, M. M., & Fasih, M. (2014). Impact Of Service Quality On CostumerSatisfation And Customer Loyalty: Evidance From Banking Sector. *Jurnal Of Commerce And Social Sciences* , Vol.8, No. 2.
- Kotler, & Philip. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lepojevic, V., & Dukic, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Marketan Empirical Study In The Republic Of Serbial . *Jurnal Economics And Organization*, Vol. 1, No.3, 1-6.

- Matondang, A. (2014). Korelasi Penggunaan Waktu Senggang Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi PPKN Pada Siswa SMP Swasta Medan Putri Kecamatan Medan Timur. *Keguruan*, Vol. 2, No. 1, Hal. 181-190.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Noor, J. (2017). *Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Manajemen Diponegoro*, Vol. 2, No. 3, Hal. 1-9.
- Prasetia, M. Y. (2016). Pengukuran Kinerja Pelayanan Pada Pusat Kesehatan Masyarakat Gayungan Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5, No. 8, Hal. 1-15.
- Primadhyta, S. (2019). *Melawan Senja Kala PT.POS Indonesia*. Jakarta: CNN Indonesia.
- Priyatno. (2015). *Mandiri Belajar SPSS(Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, M. B. (2019). *Enam Jalan Menuju Kinerja Pelayanan Prima*. [www.ombudsman.go.id](http://www.ombudsman.go.id).
- Sakinah, N. P., & Ismunandar. (2022). Analisis Loyalitas Pelanggan pada Skincare Wardah di Kota Bima . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Hal38-43.
- Santosa, H. D. (2018). Pengaruh Kinerja Distribusi Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Serta Implikasinya Pda Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bismis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1, Hal. 47-60.
- Sari,Hatane. (2013). Pengaruh loyalitas pelanggan terhadap profotabilitas pada sebuah perusahaan jasa automitive. *Bussines accounting review*. Vol 1,No 2.
- Sudarmo, T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT.POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. *Jurnal Of Business and Innotivation Managemen* , Vol. 3, No. 3, Hal 199-212.
- Sudjana, Nana. 2012. *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto,D. (2016). Metodologi penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota ikapi
- Supriyono, R. (2018). *Akuntansi keprilakuan* . Yogyakarta: Gajah Mada University press.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, quality and satisfaction*. ed 3.
- Tobing, S. (2021). *Sejarah Pos Indonesia Dari Era Kolonial Hingga Digital*. Jambi: Katadata.co.id.
- Yuhanda, Ngumar. (2016). Pengukuran Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Darmo Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol 5 Nomor 10.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Data kuisoner

#### KINERJA PELAYANAN (X)

X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12
4	4	5	5	2	3	3	4	5	2	4	2
5	5	2	3	3	5	2	4	4	4	5	3
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	2
4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	2
3	3	3	5	3	5	4	5	5	3	5	3
5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3
4	4	2	2	3	5	3	3	5	2	2	2
2	3	4	2	2	5	3	2	2	3	4	3
4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	3
4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	5	2	3	5	4	4	3	4	4
4	3	2	2	3	4	3	3	2	5	5	4
2	3	3	3	2	4	4	4	2	5	2	3
3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
4	3	4	2	2	4	3	2	2	3	4	2
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4
4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	2	4	4	3	4	4	4	5
5	5	4	5	4	3	5	3	5	3	4	3
4	5	5	5	3	3	3	3	4	2	3	3
4	4	4	4	4	3	3	5	5	2	3	3
5	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3
4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3
5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	3

4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4
4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	2
4	5	5	5	3	4	3	4	5	5	3	3
4	4	5	5	3	5	3	3	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	3	3
4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3
4	5	5	5	3	5	4	4	4	3	5	3
4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3
3	2	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3
4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5

LOYALITAS (Y)							
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
3	3	3	3	2	2	3	4
4	4	4	5	3	3	4	4
4	5	3	3	3	2	4	4
5	4	3	4	3	2	3	3
4	5	3	4	2	2	4	5
3	5	3	3	4	3	4	5
3	5	5	5	3	3	2	2
4	4	4	3	3	4	2	2
4	5	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	3	3	4	3
2	2	5	4	2	3	4	2
2	3	4	2	3	5	5	3
2	3	4	4	2	3	2	5
3	2	4	4	2	2	3	4
3	5	3	4	2	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	3
2	5	4	3	2	2	5	5
2	5	3	3	2	3	4	4
3	4	4	4	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	5	5
2	3	4	4	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4
2	2	5	4	3	3	4	4
2	4	3	3	3	2	3	3

2	4	3	3	2	2	3	3
2	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	5	5	5	4	4
4	5	3	3	4	5	5	4
2	2	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4
2	5	3	3	3	3	4	4
5	4	3	3	2	2	3	3
3	5	3	3	3	3	3	3
2	4	2	2	2	2	3	3
2	4	2	2	2	2	3	3
2	3	3	3	2	2	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
3	5	3	3	4	4	3	3
3	4	4	4	3	3	4	3
3	5	4	3	3	3	4	4
3	5	3	3	5	5	4	3
3	3	2	2	5	4	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4

Lampiran 2 : Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 3 : Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

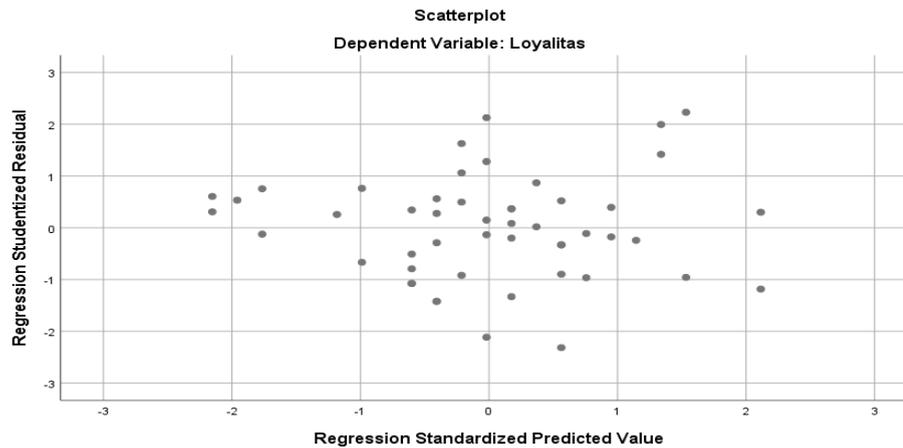
Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

## Lampiran 4 : Tabel SPSS

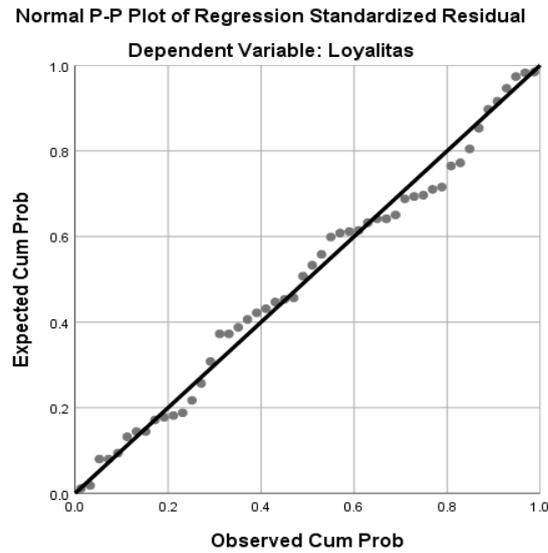
### 1. Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53567516
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.071
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

### 2. Output Uji Heteroskedastisitas



3. Output Uji Normalitas P plot



4. Output Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.970	4.591		3.696	.001
	Kinerja	.228	.099	.316	2.308	.025

a. Dependent Variable: Loyalitas

5. Output Uji koefisien determinasi  $R^2$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.316 <sup>a</sup>	.100	.081	3.572

a. Predictors: (Constant), Kinerja

Lampiran 5 Kuisoner

**A. Identitas Responden**

1. Nama : .....

2. Jenis Kelamin  Laki-Laki  Perempuan

3. Usia : .....

4. Pendidikan terakhir :

- SD
- SMP
- SMA
- Sarjana / Diploma

5. Pekerjaan :

- Pelajar / mahasiswa
- Pegawai Negeri / TNI – POLRI
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya

6. Berapa kali anda menggunakan jasa pelayanan Kantor Pos

- 1 - 3 kali
- 4 - 5 kali
- Lebih dari 5 kali

## **B. Petunjuk Pengisian**

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan diberi tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut:

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

Daftar Pernyataan tentang kualitas pelayanan (X1)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kebijakan pelayanan						
1.	Kantor pos Indonesia cabang Bakongan menerapkan kebijakan pelayanan yang mumpuni seperti peraturan dan kebijakan lainnya.					
2.	Apakah jam pelayanan kantor pos sesuai dengan kebutuhan masyarakat					
Profesionalisme SDM						
3.	Pegawai Selalu tanggap dalam menyelesaikan keluhan yang dimiliki konsumen.					
4.	Pegawai tidak melakukan kesalahan dalam melayani konsumen					
Sarana dan prasarana pelayanan						
5.	Kantor pos Indonesia cabang Bakongan memiliki fasilitas yang memadai seperti seperti tempat parkir , toilet , ruang tunggu.					
6.	Kantor pos Indonesia memiliki lokasi dan ruang yang cukup ketika acara atau agenda yg besar seperti pembagian BLT / Dana bantuan.					
Sistem informasi						
7.	Kantor pos Indonesia cabang Bakongan mempunyai sistem informasi yang memadai seperti komputer, situs online kantor pos, dalam mempermudah pelayanan.					
8.	Kantor pos indonesia cabang Bakongan memiliki browsur atau poster informasi yang mudah di mengerti masyarakat					
Konsultasi dan pengaduan						
9.	Pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan.					
10.	Kantor pos menyediakan ruang konsultasi dan tempat pengaduan					
Inovasi pelayan						
11.	Pegawai melakukan inovasi dalam memberikan jasa pelayanan bagi masyarakat					
12.	Kantor pos indonesia menerima pelayanan paket melalui aplikasi pos pay					

Sumber : Putra (2017)

Daftar Pernyataan tentang Loyalitas Pelanggan (Y)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa						
1.	Saya juga menggunakan jasa kantor pos Indonesia cabang Bakongan untuk pengiriman barang yang bernilai besar, misal: motor dan stnk.					
2.	Saya juga melakukan transaksi dalam penerimaan atau penarikan dana bantuan					
Merekomendasikan produk						
3.	Saya berusaha merekomendasikan jasa pelayanan kantor pos Indonesia cabang Bakongan kepada orang lain.					
4.	Saya menyarankan orang lain untuk melakukan pembayaran atau pelunasan kredit di kantor pos indonesia cabang Bakongan					
Tidak ingin beralih menggunakan produk sejenis pesaing						
5.	Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pelayanan kantor pos Indonesia cabang Bakongan meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah					
6.	Saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan pada PT Pos Indonesia cabang Bakongan					
Membicarakan hal hal positif						
7.	Membicarakan hal hal positif terkait jasa yang di terima dari kantor pos					
8.	Menceritakan pengalaman baik selama bertransaksi di kantor pos					

Sumber : Ratna dikin hartati (2021)

Kolom ini disediakan bagi bapak /ibu/saudara/i responden, yang ingin memberikan komentar /saran terkait dengan penelitian ini:

.....

.....

.....

.....

.....

## **BIODATA PENULIS**

Nama: : Raju antakiah  
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Ujong Mangki, 14 mei 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Warga Negara : Indonesia  
Suku : Aceh  
Alamat : Desa Ujong Mangki kecamatan Bakongan  
Kabupaten aceh selatan  
No. Hp : 082249063199  
Email : [rajusaja81@gmail.com](mailto:rajusaja81@gmail.com)  
Nama Orang Tua  
Ayah : M.Din  
Pekerjaan : Nelayan  
Ibu : Zaiton  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat Orang Tua. : Desa Ujong Mangki kecamatan Bakongan  
Kabupaten aceh selatan

### **Pendidikan Formal**

1. SD Negeri 1 Desa Ujong Mangki : Lulus Tahun 2012
2. MTSs Asshabul Yamin Bakongan : Lulus Tahun 2015
3. MAS Asshabul Yamin Bakongan : Lulus Tahun 2018

### **Pengalaman Organisasi**

1. Anggota Kepengurusan DPM EKONOMI Bidang Ekstern