

ABSTRAK

PT Pos Indonesia merupakan perusahaan jasa kurir nasional yang berpengalaman melaksanakan tugasnya.. Persaingan yang ketat dan tidak diikuti dengan peningkatan kualitas menimbulkan berbagai permasalahan. Permasalahan yang terjadi adalah : (1) PT Pos Indonesia kalah bersaing dibandingkan dengan jasa kurir lainnya, (2) Terdapat kekecewaan pelanggan terhadap buruknya kualitas pelayanan yang diberikan PT Pos Indonesia sehingga menimbulkan banyak keluhan baik itu yang mereka utarakan pada pihak perusahaan maupun yang mereka keluhkan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*), (3) kurangnya loyalitas pelanggan, dan (4) Citra buruk di masyarakat sehingga diperlukan perbaikan.

Metode yang digunakan adalah *Perceived Quality*, uji hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen. Untuk analisis digunakan *Importance Performance* empat dan enam kuadran. Metode IPA digunakan untuk menyusun prioritas perbaikan.

Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner berisikan 30 atribut harapan kepada 272 orang responden dan disebarkan dengan metode *Purposive Sampling*. Kriteria yang diharuskan dipenuhi adalah responden pernah menggunakan jasa kurir PT Pos Indonesia, TIKI, Pandu Siwi.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Maka perbaikan yang ditargetkan untuk menyamai pesaing adalah : (1) Ketersediaan layanan antar jemput, (2) Kecepatan Melakukan transaksi di Loket, (3) Ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan, (4) Ketanggapan dalam menindak lanjuti keluhan pengguna jasa, (5) Ketanggapan menginformasikan fitur produk jasa pengiriman barang, (6) Ketepatan waktu penyampaian barang. Dan terdapat pula yang memiliki target melebihi pesaing yakni : (1) Ketersediaan pilihan kecepatan pengiriman barang. (2) Ketepatan Barang Tiba Sampai Tujuan (tidak salah alamat), (3) Jaminan Ganti Rugi Atas Kehilangan Barang, (4) Keramahan Dalam Merespon Keluhan Pelanggan, (5) Kenyamanan Dalam Melakukan Transaksi, (6) Ketersediaan Fasilitas Laporan Barang Tersampaikan (*report*).

Usulan yang diberikan adalah pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pegawai diikuti dengan *reward and punishment*, serta pengawasan yang jelas. Kemudian melakukan inovasi seperti armada antar jemput, *report system*. Namun semuanya harus diawasi dan dievaluasi. Dan investasi berupa perbaikan tata letak loket dan gudang, penyejuk udara/AC, mesin tiket, kursi antrian, penambahan pilihan kecepatan.

Kata kunci : Peningkatan persepsi kualitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1 - 1
1.2. Identifikasi Masalah	1 - 2
1.3. Pembatasan Masalah	1 - 5
1.4. Perumusan Masalah	1 - 5
1.5. Tujuan Penelitian	1 - 5
1.6. Sistematika Penulisan	1 - 6
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1. Produk	2 - 1
2.1.1. Produkjasa	2 - 1
2.1.2. Klasifikasi Produk Jasa	2 - 3
2.1.3. Karakteristik Jasa	2 - 5
2.2. <i>Perceived Quality</i>	2 - 8
2.2.1. Definisi <i>Perceived Quality</i>	2 - 8
2.2.2. Dimensi <i>Perceived Quality</i> dalam Konteks Jasa	2 - 9
2.2.3. Peranan <i>Perceived Quality</i>	2 - 9
2.2.4. Langkah- langkah Pengukuran <i>Perceived Quality</i>	2 - 11
2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	2 - 14
2.4. Populasi dan Sampel.....	2 - 14
2.5. Skala Pengukuran	2 - 16
2.5. Validitas dan Reliabilitas	2 - 16
2.6. Pengujian Hipotesis	2 - 17

2.6. Manajemen Kepuasan Pelanggan.....	2 - 18
--	--------

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penentuan Model Penelitian	3 - 1
3.2. Penentuan Variabel Penelitian	3 - 1
3.3. Penyusunan Kuesioner.....	3 - 5
3.4. Pengujian Validitas Konstruk	3 - 5
3.5. Kuesioner Uji Coba	3 - 5
3.6. Pengujian Validitas Eksternal	3 - 6
3.7. Pengujian Reliabilitas Instrumen	3 - 6
3.8. Penentuan Populasi Penelitian	3 - 7
3.9. Penentuan Teknik Sampling	3 - 7
3.10. Penentuan Jumlah Sampel	3 - 7
3.11. Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 - 7
3.12. Pemeriksaan Kelengkapan Kuesioner	3 - 7
3.13. Pemeriksaan Kecukupan Data.....	3 - 8
3.14. Pengolahan model <i>Perceived Quality</i>	3 - 8
3.14.1. Pengujian Hipotesa Ketidakpuasan	3 - 8
3.14.2. Pengujian <i>Importance Performance Analysis</i> 4 kuadran	3 - 8
3.14.3. Pengujian Analisis Ragam	3 - 8
3.14.4. Pengujian <i>Importance Performance Analysis</i> 6 kuadran	3 - 9
3.15. Analisis	3 - 9
3.16. Pengembangan Usulan.....	3 - 9
3.17. Kesimpulan dan Saran	3 - 10

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Sejarah Perusahaan	4 - 1
4.2. Data Umum Perusahaan	4 - 1
4.3. Struktur Organisasi	4 - 4
4.4. Penyebaran kuesioner <i>Brand Awareness</i>	4 - 4

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengolahan Data	5 - 1
5.1.1. Pengujian Validitas Konstruksi	5 - 1
5.1.2. Penyebaran kuesioner Penelitian Uji Coba	5 - 2
5.1.2.1 Pengujian Validitas Eksternal	5 - 2
5.1.2.2 Pengujian Reliabilitas	5 - 4
5.1.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5 - 7
5.1.3.1 Pengukuran Kepentingan Rata-rata	5 - 7
5.1.3.2 Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan	5 - 8
5.1.3.3 Pengujian Hipotesis Perbedaan Kinerja	5 - 10
5.1.3.4 Pengolahan Data Prioritas Perbaikan Kinerja....	5 - 15
5.1.3.4.1 Pengolahan Perbaikan Importace- Performance (IPA 4).....	5 - 15
5.1.3.4.2 Pengolahan Perbaikan Importace- Performance (IPA 6).....	5 - 19
5.2. Analisis	5 - 21
5.2.1. Analisis Pesaing Utama	5 - 21
5.2.2. Analisis Ketidakpuasan Pelanggan	5 - 23
5.2.2.1 Ketersediaan Jumlah Loker Pengiriman Barang	5 - 23
5.2.2.2 Layanan Antar Jemput.....	5 - 24
5.2.2.3 Kemudahan Melakukan Transaksi Pengiriman Barang	5 - 24
5.2.2.4 Kejelasan Penyampaian Info Media Pengangkutan	5 - 25
5.2.2.5 Ketersediaan Pilihan Kecepatan.....	5 - 25
5.2.2.6 Kecepatan Melakukan Transaksi Di Loker.....	5 - 26
5.2.2.7 Ketepatan Barang Tiba Sampai Tujuan.....	5 - 27
5.2.2.8 Kecepatan Dalam Menangani Keluhan Pengguna Jasa	5 - 27
5.2.2.9 Kejelasan Standar Biaya Pengiriman Barang	5 - 27
5.2.2.10 Prosedur Penyerahan Barang	5 - 28

5.2.2.11 Kejelasan Prosedur Penangan Keluhan	5 – 28
5.2.2.12 Ketanggapan Petugas Dalam Melayani Pelanggan	5 – 28
5.2.2.13 Ketanggapan Dalam Menindak Lanjuti Keluhan Pengguna Jasa.....	5 – 29
5.2.2.14 Ketanggapan Petugas Dalam Menginformasikan Fitur Produk Jasa Pengiriman Barang	5 – 29
5.2.2.15 Jaminan Ganti Rugi Keutuhan Barang	5 – 29
5.2.2.16 Jaminan Ganti Rugi Atas Kehilangan Barang .	5 – 30
5.2.2.17 Jaminan Ganti Rugi Keterlambatan Barang	5 – 31
5.2.2.18 Ketepatan Waktu Penyampaian Barang	5 – 31
5.2.2.19 Keramahan Petugas Dalam Melayani Pelanggan	5 – 31
5.2.2.20 Kesopanan Petugas Dalam Melayani Pelanggan	5 – 32
5.2.2.21 Kerapihan Pakaian Petugas Dalam Melayani Pelanggan	5 – 32
5.2.2.22 Keramahan Dalam Merespon Keluhan Pelanggan	5 – 32
5.2.2.23 Keramahan Dalam Menginformasikan Fitur Produk Jasa Pengiriman Barang	5 – 33
5.2.2.24 Kenyamanan Dalam Menggunakan Ruang Tunggu	5 – 33
5.2.2.25 Kenyamanan Dalam Menggunakan Lapangan Parkir	5 – 33
5.2.2.26 Kenyamanan Dalam Melakukan Transaksi	5 – 33
5.2.2.27 Ketersediaan Lapangan Parkir	5 – 34
5.2.2.28 Kenyamanan Dalam Menggunakan Teknologi (<i>Publish Online</i>).....	5 – 34
5.2.2.29 Ketersediaan Fasilitas “Jejak dan Lacak”	5 – 34

5.2.2.30 Ketersediaan Fasilitas Laporan Barang Tersampaikan	5 – 34
5.2.3. Analisa <i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	5 – 37
5.2.3. Analisa <i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran	5 – 39
5.2.5. Analisis Penentuan Target	5 – 40
5.3. Pengembangan Usulan.....	5 - 41
5.3.1. Usulan Perbaikan Menyamai Pesaing	5 - 41
5.3.1.1 Ketersediaan Layanan Antar Jemput.....	5 – 41
5.3.1.2 Kecepatan Melakukan Transaksi Di Loker.....	5 – 41
5.3.1.3 Ketanggapan Petugas Dalam Melayani Pelanggan	5 – 43
5.3.1.4 Ketanggapan Dalam Menindak Lanjuti Keluhan Pengguna Jasa.....	5 – 44
5.3.1.5 Ketanggapan Petugas Dalam Menginformasikan Fitur Produk Jasa Pengiriman Barang.....	5 – 44
5.2.2.18 Ketepatan Waktu Penyampaian Barang	5 – 44
5.3.2. Usulan Perbaikan Untuk Melebihi Pesaing	5 - 45
5.3.2.1 Ketersediaan Pilihan Kecepatan Pengiriman Barang	5 – 45
5.3.2.2 Jaminan Ganti Rugi Atas Kehilangan Barang	5 – 45
5.3.2.3 Keramahan Dalam Merespon Keluhan Pelanggan	5 – 46
5.3.2.4 Kenyamanan Dalam Melakukan Transaksi	5 – 46
5.3.2.5 Ketersediaan Fasilitas Laporan Barang Tersampaikan	5 – 46
5.3.3. Usulan Perbaikan Dengan Promosi	5 - 46
5.3.3.1 Jaminan Ganti Rugi Atas Keterlambatan Barang	5 – 47

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan 6 - 1
6.2. Saran 6 - 2

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN..... L1 - 1

DATA PENULIS.....

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	<i>Top of Mind - Brand Awareness</i>	1 - 3
Tabel 1.2	<i>Brand Recall of Brand Awareness</i>	1 - 3
Tabel 1.3	<i>Brand Recognition of Brand Awareness</i>	1 - 4
Tabel 1.4	<i>Brand Unware of Brand Awareness</i>	1 - 4
Tabel 1.5	Analisis Pengguna	1 - 4
Tabel 2.1	Tipe-tipe klasifikasi jasa	2 - 9
Tabel 2.2	Keterkaitan Antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	2 - 18
Tabel 3.1	Analisis ragam bagi klasifikasi satu-arah	3 - 13
Tabel 4.1	Variabel Kepentingan	4 - 5
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Validitas	5 - 3
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Reliabilitas Instrumen Harapan PT Pos Indonesia	5 - 5
Tabel 5.3	Hasil Pengolahan Reliabilitas Instrumen Persepsi PT Pos Indonesia	5 - 5
Tabel 5.4	Hasil Pengolahan Reliabilitas Instrumen Persepsi PT TIKI	5 - 6
Tabel 5.5	Hasil Pengolahan Reliabilitas Instrumen Persepsi PT PANDU SIWI	5 - 6
Tabel 5.6	Rata-rata kepentingan Atribut	5 - 7
Tabel 5.7	Hasil Pengolahan Uji Hipotesis	5 - 10
Tabel 5.8	Analisis Ragam Bagi Klasifikasi Satu-arah	5 - 12
Tabel 5.9	Analisis Keragaman	5 - 14
Tabel 5.10	Uji Wilayah Berganda	5 - 15
Tabel 5.11	Uji Wilayah Berganda untuk Item 2	5 - 15
Tabel 5.12	Hasil Uji Wilayah Berganda	5 - 16
Tabel 5.11	Rata-rata Harapan dan Kinerja	5 - 17
Tabel 5.12	<i>Importance-Performance</i> (IPA 4)	5 - 19
Tabel 5.13	Posisi Kepentingan	5 - 20
Tabel 5.14	<i>Importance-Performance</i> (IPA 6)	5 - 21

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Peranan <i>Perceived Quality</i>	2 -10
2.2	Langkah-langkah pengukuran <i>Perceived Quality</i>	2.-12
3.1	Tahapan-tahapan Penelitian	3 - 2
4.1	Stuktur Organisasi	4 - 4
5.1	<i>Importance-Performance</i> (IPA 4)	5 -18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1 - 2
1.2	Kuesioner Penelitian	L1 - 3
2.1	Data Mentah	L2 - 4
3.1	Komentar Validitas Konstruksi	
3.2	Komentar Seminar Proposal	L3 - 2
4.1	Tabel	L4 - 2