

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS  
PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah*



**OLEH:**

**TUTRI MAWAR AQDILLA**  
**NPM 1801280104**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TUTRI MAWAR AQDILLA  
NPM : 1801280104  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara “** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 3 Oktober 2022

Yang menyatakan :



TUTRI MAWAR AQDILLA

NPM: 1801280104

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : **TUTRI MAWAR AQDILLA**

NPM : **1801280104**

PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**

JUDUL SKRIPSI : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 3 Oktober 2022

**Pembimbing**



**Riyan Pradesyah, M.E.I**

**Di setujui oleh:  
Ketua Program Studi**



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**Dekan**



**\*Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **TUTRI MAWAR AQDILLA**  
NPM : **1801280104**  
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**  
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.**

Medan, 3 Oktober 2022

**Pembimbing**



**Riyan Pradesyah, M.E.I**

**Di setujui oleh:  
Ketua Program Studi**



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**Dekan**



**Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.twitter.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/umsuMEDAN)



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

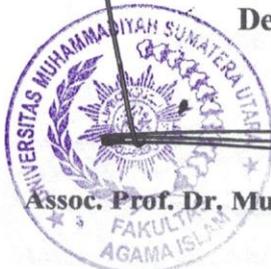
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Tutri Mawar AqDilla  
Npm : 1801280104  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
29- agst - 2022	Perbaiki kuisisioner penelitian, sebagai dewan moderator yang ada di BAB vi		
31- agst - 2022	BAB vi - Uji Validasi yang di gunakan Pakarabel - Sejarah perusahaan.		
7- sept - 2022	BAB vi - Uji Validasi kuesioner jika harus di munculkan - Persepsi bila kepublikan		

Medan, 3 Oktober 2022

Diketahui/Disetujui  
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

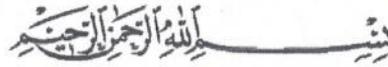
MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

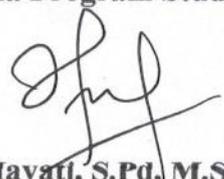
Nama Mahasiswa : Tutri Mawar AqDilla  
Npm : 1801280104  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12-Sept-2022	BAB IV persepian bilan keputusan / laras bil qura untuk me ahak keputusan yang diambil	ef	
20-Sept-2022	BAB IV - perbahitan yfo f dan yfi f yang dikehak.	ef	
23-Sept-2022	BAB IV - perbahitan mem bahar- bawara yang dikehak	ef	

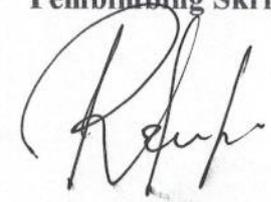
Medan, 3 oktober 2022

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
  
ASSOC. PROF. DR. MUHAMMAD QORTB, M.A

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

  
Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

  
Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

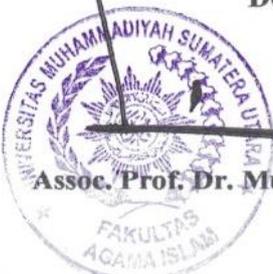
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Tutri Mawar AqDilla  
Npm : 1801280104  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
29-sept-2022	BAB I keimpulan sebagai saya akan mana		
3-sept-2022	Revisi halaman mapu bifu		

Medan, 3 oktober 2022

Diketahui/Disetujui  
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

**PERSETUJUAN**

**Skripsi Berjudul**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KUALITAS PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA  
(PERSERO) SUMATERA UTARA**

**Oleh :**

**TUTRI MAWAR AQDILLA**  
**NPM : 1801280104**

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 3 oktober 2022

**Pembimbing**



**Riyan Pradesyah, M.E.I**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

## PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Medan, 3 Oktober 2022

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar  
Hal : Skripsi a.n, Tutri Mawar AqDilla  
**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di  
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Tutri Mawar AqDilla** yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**Pembimbing**



**Riyan Pradesyah, M.E.I**

## BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

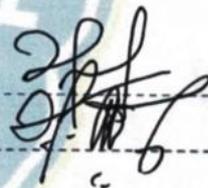
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Tutri Mawar AqDilla  
NPM : 1801280104  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah  
Semester : X  
Tanggal Sidang : 10/05/2023  
Waktu : 09.00 s.d selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
PENGUJI II : Mutiah Khaira Sihotang, MA



### PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Percaya



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi ArabLatin Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	-	<i>Tidak dilambangkan</i>
ب	<i>Ba</i>	<i>B</i>	<i>Be</i>
ت	<i>Ta</i>	<i>T</i>	<i>Te</i>
ث	<i>Sa</i>	<i>ṣ</i>	<i>es (dengan titik di atas)</i>
ج	<i>Jim</i>	<i>J</i>	<i>Je</i>
ح	<i>Ha</i>	<i>ḥ</i>	<i>Ha (dengan titik di bawah)</i>
خ	<i>Kha</i>	<i>Kh</i>	<i>Ka dan ha</i>
د	<i>Dal</i>	<i>D</i>	<i>De</i>
ذ	<i>Zal</i>	<i>Ẓ</i>	<i>Zet (dengan titik di atas)</i>
ر	<i>Ra</i>	<i>R</i>	<i>Er</i>
ز	<i>Zai</i>	<i>Z</i>	<i>Zet</i>
س	<i>Sin</i>	<i>S</i>	<i>Es</i>
س	<i>Syin</i>	<i>Sy</i>	<i>Es dan ye</i>
ص	<i>Sad</i>	<i>ṣ</i>	<i>Es (dengan titik di bawah)</i>

ض	<i>Dad</i>	ḍ	<i>de (dengan titik dibawah)</i>
ط	<i>Ta</i>	ṭ	<i>te (dengan titik di bawah)</i>
ظ	<i>Za</i>	ẓ	<i>zet (dengan titik di bawah)</i>
ع	<i>`ain</i>	‘	<i>Koma terbalik (di atas)</i>
غ	<i>Gain</i>	G	<i>Ge</i>
ف	<i>Fa</i>	F	<i>Ef</i>
ق	<i>Qaf</i>	Q	<i>Ki</i>
ك	<i>Kaf</i>	K	<i>Ka</i>
ل	<i>Lam</i>	L	<i>El</i>
م	<i>Mim</i>	M	<i>Em</i>
ن	<i>Nun</i>	N	<i>En</i>
و	<i>Waw</i>	W	<i>We</i>
ه	<i>Ha</i>	H	<i>Ha</i>
ء	<i>Hamzah</i>	ﺀ	<i>Apostrof</i>
ي	<i>Ya</i>	Y	<i>Ye</i>

## B. Konsonan Rangkap

Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf sebagai berikut:

- a. Vokal rangkap(أ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya: *al-yawn*

- b. Vokal rangkap ( ء ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya: *al-bayt*

### C. Tā`marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh : إسلامية ditulis *Islāmiyyah*.

2. Bila dihidupkan ditulis t

Contoh : مكة المكرمة ditulis *Makkatul Mukarrmah*.

### D. Vokal Pendek

fathah ditulis a, contoh : كذب ditulis *kataba* kasrah

ditulis i, contoh : حسب ditulis *ḥasiba*

dammah ditulis u, contoh : حاسنة ditulis *ḥasuna*

### E. Vokal Panjang

a panjang ditulis ā, contoh : جاء ditulis *ja ā* i panjang ditulis ī,

contoh : ائمنه ditulis *al īmun* u panjang ditulis ū,

contoh : ائبون ditulis *ābun*

### F. Vokal Rangkap

Vokal rangkap ( ء Fathah dan ya) ditulis ai

Contoh : ليلة ditulis *lailatun*

Vokal rangkap ( و Fathah dan waw) ditulis au

Contoh : لون ditulis *launun*

## G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata

Dipisah dengan apostrof (') **أَنْتُمْ**

ditulis *a`antum*

## H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

**الكتاب** ditulis *Al-kit ābu*

2. Bila diikuti huruf syamsiah, huruf pertama diganti dengan huruf syamsiah yang mengikutinya.

**الشهادة** ditulis *as-syahādah*

## I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

## J. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh : **شَيْخُ الْإِسْلَامِ** ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syaikhul-Islam*

## ABSTRAK

### **Tutri Mawar AqDilla, 1801280104, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualirtas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara**

Dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan akan tercapainya tingkat pelayanan yang tinggi. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dinamis dan berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau dapat melebihi harapan. Kualitas pelayanan juga memiliki tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 karyawan yang berada di PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara. Penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diproses dan dinamis dengan menggunakan Regresi Berganda. Kemudian melakukan uji reward yang digunakan dalam uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item Total* dan uji reliabilitas dalam menggunakan *Cronbach Alpha*. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan uji t, uji f, dan melakukan uji determinasi. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *reward* terhadap variabel *gaji* yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,891) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , pengaruh positif dan signifikan variabel *gaji* terhadap variabel kualitas pelayanan yang ditunjukkan dengan  $t_{hitung} (7,247) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan secara simultan menunjukkan bahwa reward, gaji dan kualitas pelayanan ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} (189,572) > F_{tabel} (3,08)$  dengan tingkat signifikan 0,000. Selanjutnya nilai R square yaitu sebesar 79,6%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Reward, Gaji dan Kualitas Pelayanan**

## ABSTRACT

### **Tutri Mawar AqDilla, 1801280104, Analysis of The Factors That Influence The Quality Of Service at PT. Indonesia Post (PERSERO) North Sumatra**

*In meeting the needs and desires will achieve a high level of service. Service quality is a dynamic condition related to products, services, people, processes and the environment that meet or exceed expectations. Service quality also has the expected level of excellence and control over the level of excellence and can meet wants and needs. The purpose of this study was to determine the factors that affect the quality of service at PT. Pos Indonesia (Persero) North Sumatra. The sample in this study were 100 employees who were at PT. Pos Indonesia (Persero) North Sumatra. This research was collected through a questionnaire that was processed dynamically using Multiple Regression. Then perform the reward test which is used in the validity test using Corrected Item Total and reliability test using Cronbach Alpha. To test the hypothesis in this study. This research uses t test, f test, and performs determination test. The results in this study indicate that the variable has a positive and significant effect on the reward variable on the salary variable, which is indicated by  $t_{count} (7.891) > t_{table} (1.660)$  with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , a positive and significant effect of the salary variable on the service quality variable shown. with  $t_{count} (7.247) > t_{table} (1.660)$  with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , and simultaneously shows that rewards, salaries and service quality are indicated by the value of  $F_{count} (189.572) > F_{table} (3.08)$  with a significant level of  $0.000$ . Furthermore, the value of R square is 79,6%. The rest is influenced by variables not examined in this study.*

**Keywords: Reward, Salary and Service Quality**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wa rahmatullahi Wa barakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia, kekuatan dan semangat sehingga proposal dapat menyelesaikan proposal dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Sumatera Utara". Tidak pula shalawat beriringan salam dihadiahkan kepada junjungan besar baginda Rasulullah SAW.

Proposal ini merupakan salah satu bentuk proses sebagai syarat untuk menyelesaikan program pendidikan sarjana S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Selama penyusunan proposal ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta doa yang tidak henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada mereka:

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua Ayahanda Bambang Sugiono dan Ibunda Supatmi atas segala doa dan dukungan serta pengorbanan yang selama ini baik moral maupun material yang telah diberikan dengan ikhlas kepada penulis.
2. Bapak Prof .Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati S,Pd.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari SE,Sy,M.EI selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Riyan Pradesyah, S.E.Sy, M.E.I selaku dosen pembimbing penyusunan proposal skripsi yang telah membantu dan memberikan arahan selama melakukan penyusunan dan menyelesaikan proposal skripsi sampai selesai.
9. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf mengajar Fakultas Agama Islam yang telah membekali penulis ilmu dari awal perkuliahan hingga saat ini.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis Siti Dwi Yuspika Br.Saragih, S.Kom, Maya Suryana Br. Dalimunthe, S.Kom, Yani Devina Safitri, S.E, yang telah menemani penulis serta memberikan dukungan, semangat, motivasi dan nasehat dalam pengerjaan proposal ini.
11. Kepada NRP 31190494620997 yang telah menjadi sosok rumah serta menemani dan menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluhan, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan sayahingga sekarang ini.

Penulis juga menyadari bahwa didalam penyusunan proposal ini masih kurang sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan mendukung demi kesempurnaan proposal ini.

Semoga semua amal perbuatan baik tersebut dibalas oleh Allah SWT dan penulis sudah selayaknya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dan penulis juga berharap semoga proposal ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi banyak orang, serta menambah wawasan yang berguna bagi peningkatan kualitas. Amin Ya Rabbal'amin.

Medan, Oktober 2022

**Tutri Mawar AqDilla**  
**1801280104**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Uraian Teori .....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran .....	19
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
C. Populasi dan Sampel.....	23
D. Variabel Penelitian .....	25
E. Defenisi Operasional Variabel.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Instrumen Penelitian.....	31
H. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum PT. Pos Indonesia.....	38
1. Sejarah PT. Pos Indonesia (Persero) Medan.....	38
2. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Medan .....	39

3. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Medan .....	40
B. Hasil Penelitian.....	41
1. Deskriptif Hasil Penelitian .....	41
2. Karakteristik Responden .....	42
3. Analisa Variabel Penelitian .....	44
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
5. Uji Asumsi Klasik.....	51
6. Pengujian Regresi Linerar Berganda.....	56
7. Uji Hipotesis .....	57
C. Pembahasan .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Medan.....	42
Gambar 4.2 P-Plot Normalitas Data .....	53
Gambar 4.3 Scatterplot .....	56

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Keluhan Pelanggan Kantor Pos .....	3
Tabel 3.1 Jadwal Rencana Penelitian .....	24
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel .....	27
Tabel 3.3 Skala Likert .....	31
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Angket .....	32
Tabel 4.1 Skala Likert .....	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.3 Umur .....	44
Tabel 4.4 Pendidikan .....	44
Tabel 4.5 Masa Kerja .....	45
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Reward .....	45
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Gaji .....	47
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan .....	48
Tabel 4.9 Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Reward .....	51
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Gaji .....	51
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	52
Tabel 4.13 Uji Realibilitas Penelitian .....	53
Tabel 4.14 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	54
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi .....	55
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.18 Uji F .....	58
Tabel 4.19 Uji t .....	59
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi .....	60

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era modern sekarang ini, perubahan teknologi dan industri ini mempengaruhi aktivitas para pelaku bisnis. Laju dunia bisnis ini sangat kompetitif, sehingga mengakibatkan perusahaan-perusahaan di bidang barang maupun jasa mengalami banyak inovasi dan kreatifitas demi memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini masyarakat lebih cermat akan dalam menggunakan jasa atau produk yang akan mereka gunakan. Hal ini akan mendorong para pelaku bisnis untuk mempertahankan pasarnya dalam meningkatkan jumlah pelanggan, terutama dalam bidang jasa pengiriman. Jasa pengiriman yang masyarakat butuhkan yaitu jasa pengiriman barang yang lebih cepat pengirimannya, efektif, efisien, aman dan barang sampai dengan selamat ketujuan yang tepat. Perkembangan jasa pengiriman di Indonesia ini sangat tinggi, dengan kebutuhan konsumen yang semakin bertambah dan semakin canggih akan teknologi yang ada, maka banyak penyedia jasa pengiriman sejenis yang memiliki harga dan kualitas yang beragam.

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan satu-satunya elemen dalam pemasaran yang menghasilkan gaji. Menurut Kotler (2009:107) menyatakan bahwa harga ialah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh pelanggan guna untuk menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok yang termasuk dalam pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:151) harga juga bisa diungkapkan sebagai istilah iuran, tariff, sewa, bunga, komisi, upah dan sebagainya dari sudut pandang pemasaran harga yang merupakan ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang atau jasa. PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara merupakan

perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang jasa uang dan barang. Pengiriman barang belum dapat tergantikan dengan teknologi maupun dengan piranti apapun. Salah satu ferensiasi produk yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) ialah jasa pengiriman paket. Jasa pengiriman paket memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pasar jasa pengiriman paket dikuasi oleh perusahaan jasa titipan swasta, mendorong motivasi, presepsi dan sikap pelanggan untuk dapat menghasilkan jasa yang memiliki daya saing yang tinggi dalam memenangkan pangsa pasar. Munculnya para pesaing tersebut memberikan pengaruh kepada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

Dalam jasa pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas suatu pelayanan dengan melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat serta ketanggapan dalam pelayanan akan mempengaruhi motivasi pelanggan untuk memutuskan jasa pengiriman paket yang akan dipilih dengan presepsi pelanggan yang berdasarkan pengalamannya dan pembelajaran pelanggan tersebut sehingga mengambil sikap untuk menentukan keputusan pemilihannya. Kualitas pelayanan yang diberikan tidak cukup untuk perorangan yang melainkan untuk semua pengguna jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara, hal ini yang mendukung atas kenyamanan pada saat berinteraksi. Memahami kepuasan pelanggan menggambarkan bagaimana pelanggan merasa puas atas jasa yang diterima. Dengan kata lain bagaimana cara perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik pada pengguna jasa pengiriman. Setiap perusahaan pasti berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan akan pelanggan merupakan kesamaan akan adanya jasa pelayanan yang diharapkan oleh semua pelanggan, kepuasan pelanggan sendiri merupakan pokok utama di dalam perusahaan guna mengikuti daya saing di era yang sekarang. Pelanggan adalah raja yang harus dilayani, tetapi bukan berarti seluruhnya di berikan kepada pelanggan, usaha untuk

memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara sama, dimana perusahaan puas dan tidak dirugikan Atmaja (2019).

Dimensi diatas merupakan acuan harapan pelanggan terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan untuk memuaskan pelanggan. Tetapi harapan yang diinginkan tidak sesuai dengan yang mereka terima dalam kenyataannya. Hal ini terjadi pada layanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara kepada pelanggannya.

Berdasarkan data yang diperoleh selama tahun 2019 masih terdapat berbagai kesalahan atau keluhan terhadap operasional layanan pada kantor pos, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**

Data Keluhan Pelanggan pada Kantor Pos Tahun 2019-2021

Tahun	Jenis Komplai			
	Konfirmasi	Hilang	Terlambat	Rusak
2019	953	2	8	1
2020	1.061	3	11	2
2021	1.139	7	15	5

Sumber: PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan Sumatera Utara, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan data kesalahan operasional diatas, kesalahan-kesalahan tersebut dapat menimbulkan ketidak puasaan konsumen. Hal ini merupakan indicator bahwa kualitas pelayanan pada kantor pos belum dilakukan dengan optimal dikarenakan masih adanya dan masih terjadi complain terhadap pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, hampir semua penyedia jasa ingin memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para

pelanggannya. Sehingga mereka, sesuai dengan harapannya, berupaya memberikan pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan.

Dari latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, terlihat beberapa masalah yang menarik perhatian penulis untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis memilih judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat didefinisikan mengenai kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sebagian besar karyawan belum mendapat reward pada PT. Kantor Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.
2. Belum efektifnya kualitas pelayanan yang diberikan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.
3. Reward hanya di dapat kepada karyawan yang memenuhi target dan gaji hanya tunjangan pokok pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil masalah yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah reward berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara ?
2. Apakah gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara ?
3. Apakah reward dan gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh reward terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaji terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh reward dan gaji terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama kuliah dengan harapan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang dunia kerja, khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan didalam dunia bisnis untuk diterapkan kedepannya.

##### **b. Bagi Akademis**

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang dapat dijadikan bahan pengetahuan untuk penelitian dibidang pemasaran dalam kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

##### **c. Bagi Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang dapat dijadikan sebagai saran dalam memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan sehingga PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Uraian Teori

##### 1. Kualitas Pelayanan

###### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas mengandung banyak arti dan makna karena orang berbesa mengartikannya secara berlainan, seperti kecocokan untuk pemakaian perbaikan yang berkelanjutan, bebas dari kerusakan, pemenuhan kebutuhan pelanggan, dan melakukan segala yang menyenangkan.

Menurut Tjiptono (2012:51) kualitas adalah suatu kondisi yang dinamis dan berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau dapat melebihi harapan.

Assegaf (2009:173) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Peran penting dari kualitas pelayanan merupakan harus mampu melayani pelanggan secara memuaskan, baik dengan ketampilan maupun kompetensi yang dimiliki oleh karya (*attitude, keterampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab*) maupun dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang (gedung, desain interior serta peralatan perlengkapan) yang mampu menimbulkan kenyamanan bagi pelanggan atau dengan kata lain dapat dilakukan dengan peran penting pelayanan penerimaan yang terletak pada konsumennya dengan menggabungkan kemampuan dari para staff dan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ialah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan oleh pelanggan

terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan pelanggan yang telah membeli jasa tersebut.

#### **b. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:75) ada empat peranan dari aspek pelanggan yang akan mempengaruhi pelanggan lain, yaitu:

1. *Contractors*, yaitu tamu yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan pelanggan.  
*Medifier*, yaitu tamu yang tidak secara langsung mempengaruhi pelanggan tetapi cukup sering berhubungan dengan pelanggan lain.
2. *Influencer*, yaitu yang mempengaruhi pelanggan tetapi cukup untuk membeli tetapi secara tidak langsung kontrak dengan pembeli.
3. *Isolated*, yaitu tamu tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan pelanggan.

Menurut Mangkunegara (2013:21) mengenalkan lima faktor pelayanan sebagai hal penting dari sudut pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan Inti, meliputi isi seluruh pelayanan dari perusahaan, pelayanan inti memaparkan tentang “apakah” layanan itu sebuah produk pelayanan dimana fitur-fiturnya yang ditawarkan dalam jasa.
2. Jasa Pelayanan Pengiriman, faktor ini menunjukkan pada semua aspek (*reability, responsiveness, assurance, emphaty, moment of truth*) yang akan dimasukkan dalam elemen manusia pada proses penyampaian pengiriman.
3. Sistem Jasa Pengiriman, proses prosedur, sistem dan teknologi yang akan membuat pelayanan yang berbeda. Pelanggan akan selalu menyukai dan mengharapkan proses penyampaian pelayanan itu terstandarusasi dan sesederhana mungkin.
4. Pelayanan yang Berwujud, sifat dan nyata dari semua fasilitas pelayanan (perlengkapan mesin, penampilan karyawan, dan lain-lain).

5. Tanggung Jawab Sosial, membantu perusahaan untuk mendorong perilaku etis karyawannya dalam segala hal dan tanggung jawab social.

### **c. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan**

Menurut Saleh (2010:106) unsur-unsur kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. Penampilan, sebagaimana layanan kantor depan memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap, tutur bahasa menarik, berperilaku baik, penampilan penuh percaya diri.
2. Tepat Waktu dan Janji, secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji.
3. Kesiediaan Melayani, sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.
4. Pengetahuan dan Keahlian, sebagai syarat untuk melayani dengan baik, dan harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Petugas pelayanan harus mempunyai pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.
5. Kesopanan dan Ramah Tamah, masyarakat pengguna jasa itu sendiri dan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan social yang rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakter maka petugas pelayanan masyarakat dituntut harus ramah tamah yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kata kepada pelanggan.
6. Kejujuran dan Kepercayaan, pelayanan ini digunakan oleh berbagai aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dapat dipercayai dari segi sikapnya, dan dapat dipercaya dari tutur katanya,

dapat dipercayakan dalam hal menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.

7. Efisien, dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat dalam efisien dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi.
8. Biaya, pengurus dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
9. Tidak Rasial, pengurus pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran, dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.
10. Kesederhanaan, prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Zheithalm et al (2009:180) bahwa dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*Service Quality*) yang terdiri dari :

1. Bukti Fisik (*tangibels*) yaitu kemampuan suatu perusahaan yang menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan dilingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menjalankan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Diantaranya fasilitas fisik seperti (gedung, buku, rak buku, meja, kursi, dan lain-lain), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan

dengan ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan adanya penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai dalam perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini dapat meliputi beberapa komponen sebagai berikut:
  5. Komunikasi (*communication*), adalah memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan oleh para pegawai serta cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dari pelanggan.
  6. Kredibilitas (*credibility*), adalah jaminan atas suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan, sifat yang jujur, menanamkan kepercayaan dan meberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
  7. Keamanan (*security*), adalah suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan dalam pelayanan yang diterima.
  8. Kompetensi (*competence*), adalah keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan dapat dilaksanakan dengan optimal.
  9. Sopan santun (*countesy*), adalah pelayanan yang suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
  10. Empati (*empathy*), adalah memberikan perhatian yang tulus yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu

pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## **2. Kepuasan Pelanggan**

### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2009:177) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dipikirkan atas kinerja yang diharapkan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan adalah respon dari pelanggan terhadap evaluasi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja actual produk dan sebagaimana dipresepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relative yang tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan.

Kesimpulan yang diambil dari pengertian diatas adalah bahwa dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan hasil kinerja yang dirasakan. Kepuasan Pelanggan yang menjadi dasar dalam terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lupiyoadi (2008:158) dalam menentukan tingkat kepuasan, terhadap lima faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan, yaitu:

- 1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil dari evaluasi mereka yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, yaitu untuk industry jasa, dan pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan apa yang diharapkan.
- 3) Emosiional, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bawa orang lain akan kagun terhadap dia dan apabila

menggunakan merek tertentu cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- 4) Harga, yaitu produk juga mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah juga akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan juga tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012:57) kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan jumlah manfaat yang spesifik diantaranya sebagai berikut:

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber gaji di masa depan, terutama melalui pembelian ulang *cross-selling* dan *up-selling*
3. Menekankan biaya transaksi terhadap pelanggan di masa depan, terutama biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan
4. Menekankan volalitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan
5. Menekankan toleransi harga, terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasokan
6. Rekomendasi gethok tular positif
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product lineextentions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan
8. Meningkatkan *bargaining power relative* perusahaan terhadap jejaring pemasokan, dan saluran distribusi.

### d. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Konsep kepuasan telah menjelma menjadi kosakata yang wajib bagi setiap organisasi. Faktor pelayanan juga telah bertumbuh pesat sebagai diferensiator dan kunci keunggulan. Apabila ditinjau dari sudut pandang

suatu organisasi, salah satu cara untuk melakukan diferensiasi dan positioning adalah melalui perancangan dan penyampaian layanan yang spesifik.

Menurut Tjiptono (2012:57) kepuasan pelanggan juga berpotensi dalam memberikan sejumlah manfaat yang spesifik, diantaranya yaitu:

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber gaji untuk masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*.
3. Menekankan biaya transaksi kepada pelanggan dimasa depan, terutama biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan.
4. Menekankan volatilitas dan resiko yang berkenaan dengan prediksi aliran yang khas dimasa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok.
6. Menumbuhkan rekomendasi gethok tular yang positif.
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions* dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan.
8. Meningkatkan bargaining *power relative* perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

Menurut Tjiptono (2012:58) prinsip yang mendasari pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan ialah “*doing best what matters most to customers*”, (melakukan yang terbaik pada aspek-aspek penting bagi pelanggan). Secara garis besar, ada empat metode yang sering digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran, yang dimana kotak saran di lokasi strategis, kartu pos perangko, saluran telpon bebas pulsa.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*, merupakan salah satu bentuk riset dan observasi yang memakai jasa orang yang menyamar sebagai pelanggan

perusahaan dan pesaing sembari untuk mengamati secara rinci tentang aspek-aspek layanan dan kualitas produk.

3. *Lost Customer analysis*, yaitu untuk menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang telah berahli dalam rangka untuk memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan.
4. *Survey*, yaitu kepuasan pelanggan, baik via pos, telepon, *email*, *website*, *blog*, maupun tatap muka langsung. Sehingga saat ini survey adalah hal yang paling penting dan berkembang pesat dalam literature pengukuran.

### **3. Harga**

#### **a. Pengertian Harga**

Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan gaji. Harga juga merupakan unsur bauran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat Tjiptono (2012:121). Harga ialah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat yang dimiliki dan menggunkan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar dan ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap pembeli.

Menurut Abdullah dan Tantri (2014:171) menyatakan bahwa “Penetapan harga adalah suatu masalah yang ketika perusahaannya harus menentukan harga untuk pertama kalinya”.

Sedangkan Kotler dan Gray Armstrong (2009:221) dalam mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa. Apabila suatu produk mengharuskan pelanggan mengeluarkan biaya yang sangat besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka akan terjadi bahwa produk tersebut memiliki nilai yang negative. Bila manfaat yang diterima sangat besar, maka yang akan terjadi memiliki nilai yang positif.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan atau dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang diterima pelanggan.

#### **b. Pendekatan Penetapan Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:97) berpendapat bahwa pendekatan dalam penetapan harga ada empat yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi harga premium, yang menghasilkan produk bermutu tinggi atau memasang harga paling tinggi.
- 2) Strategi ekonomi, yang menghasilkan produk bermutu rendah atau memasang harga paling rendah.
- 3) Strategi nilai baik, yang menghasilkan suatu nilai yang tinggi tetapi dengan harga lebih rendah.
- 4) Strategi penempatan harga tinggi, yang menempatkan harga produk tinggi sehingga hubungan dengan produk tinggi, namun untuk jangka yang panjang produk tersebut ditinggalkan oleh pelanggan dikarenakan keluhan terhadap produk tersebut.

Cara penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa cara menurut Kotler (2012:259), yaitu:

- 1) Penetapan harga mark-up, dengan menambah mark-up standard ke biaya produk.
- 2) Penetapan harga yang berdasarkan sistem pengambilan, dengan perusahaan yang menetapkan harga yang sesuai dengan tingkat pengambilan (RIO) yang diinginkan.
- 3) Penetapan harga yang berdasarkan nilai yang dipersepsikan, yang dilakukan dengan menyesuaikan persepsi dari pikiran pembeli.
- 4) Penetapan harga yang berlaku, dengan menetapkan harga yang cukup rendah untuk tawaran yang lebih bermutu.
- 5) Penetapan harga yang sesuai dengan yang berlaku, perusahaan juga mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing.
- 6) Penetapan harga tender yang tertutup, maka menetapkan harga berdasarkan perkiraan tentang bagaimana pesaing akan menetapkan harga.

### **c. Tujuan Penetapan Harga**

Tujuan penetapan harga menurut Payne (2008:78) antara lain, sebagai berikut :

1. *Survival*, adalah usaha yang tidak melaksanakan tindakan-tindakan dalam meningkatkan profit ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha tersebut cenderung dilakukan untuk bertahan.
2. *Profit Maximization*, merupakan penentuan harga yang bertujuan untuk memaksimalkan profit dalam priode tertentu.
3. *Sales Maximitation*, merupakan penentuan harga yang bertujuan untuk membangun pangsa pangan (market share) dan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. *Prestige*, merupakan tujuan penentuan harga untuk memposisikan jasa perusahaan sebagai jasa yang eksklusif.
5. *ROI*, merupakan tujuan harga yang didasarkan atas pencapaian return on investment yang diinginkan.

Berdasarkan dengan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan merasakan kepuasan pelanggan yang maksimal Tjiptono (2012:259).

#### **d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2009:69) berpendapat bahwa dalam menetapkan harga dalam suatu produk atau jasa dalam perusahaan dapat melandasi faktor-faktor berikut ini:

##### 1) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahasa pemasaran tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran yang kemudian menetapkan harga. Nilai dan harga ditargetkan untuk mendorong keputusan mengenai desain produk dan biaya yang dapat ditanggung

Sebagai hasilnya, penetapan harga dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan persepsi nilai mereka, dan harga kemudian ditetapkan untuk menyamai nilai anggapan pelanggan.

#### 2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan penetapan harga yang diproduksi, distribusi dan penjualan produk yang tingkat pengembalian wajar bagi usaha dan resiko. Perusahaan yang biaya rendah juga dapat menetapkan harga yang lebih rendah untuk menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

#### 3) Pertimbangan Internal dan Eksternal Lainnya

Persepsi pelanggan atas harga yang menetapkan batas atas harga, dan biaya menetapkan batas bawah. Namun, dalam menetapkan harga diantara kedua batas ini, perusahaan dapat mempertimbangkan jumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Faktor-faktor internal yang dapat mempengaruhi harga mencakup keseluruhan strategi pemasaran perusahaan, tujuan perusahaan, dan bauran pemasaran. Faktor-faktor eksternal yang termasuk kedalam kondisi ilmiah pasar dan permintaan, strategi dan harga pesaing, serta faktor lingkungan.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu mengambil beberapa penelitian sebagai dasar acuan dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian yang peneliti lakukan. Berikut adalah penelitian yang sejenis yang telah dilakukan beserta perbedaan dengan penelitian yang dilakukan dari beberapa skripsi atau jurnal tentang penelitian yang penulis lakukan.

Silvana Kardinar Wijayanti, Rahim Abdullah, Sayid Saher, dan Noor Hamid (Jurnal Wacana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tangerang) Tahun 2019 “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Tangerang)” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa uji F ditemukan bahwa secara bersamaan dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan, uji T terungkap bahwa daya tanggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan yang diikuti oleh jaminan dan keandalan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan. Sedangkan Perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Silvana Kardinar Wijayanti, dkk yaitu pada jumlah variabel penelitian, subjek dan tempat penelitiannya.

Yayan Hendyana, Andryana Mei Evita Sari (Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafiyah) Tahun 2021 “ Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna JNE Express Pondok Gede” dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan. Sedangkan Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Yayan Hendyana, dkk adalah variabel dan tempat penelitiannya.

Meilthon Purba (Geladikarya Fakultas Manajemen Universitas Sumatera Utara Medan) Tahun 2013 “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket Pos Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada kantor pos besar medan) dengan hasil penelitian yang menggunakan regresi linear berganda maka diperoleh kesimpulan 66,6% kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini, Responsiveness merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan paket pos. Persamaan penelitian ini ialah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan pengiriman paket pos. Sedangkan Perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Meilthon Purba adalah subjek dan variabel penelitiannya.

Siti Windianti (Skripsi Fakultas Ekonommi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang) Tahun 2021 “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE di Sidoarjo” dengan hasil penelitian yang menunjukkan uji f secara bersama- sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil pengujian secara persial pada uji t kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan ditemukan variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan dalam kepuasan konsumen yaitu variabel kualitas pelayanan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Siti Widianti yaitu di variabelnya yang menggunakan harga terhadap kepuasan konsumen, subjek dan tempat penelitiannya.

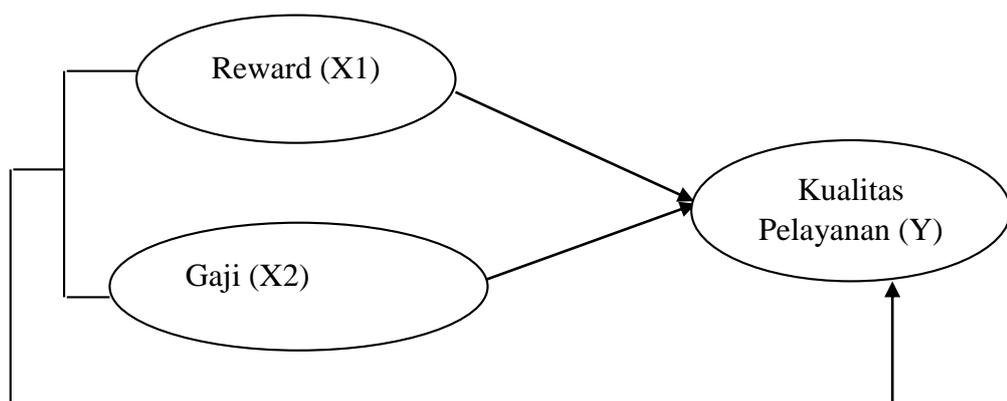
Andriansyah (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Padangsidempuan) Tahun 2020 “ Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Panyabungan”. Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang kualitas pelayanan. Perbedaan yang dilakukan Andriansyah adalah di variabel yang membahas tentang harga terhadap kepuasan pelanggan, subjek dan tempat penelitiannya.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan ilustrasi konsep data atau gambaran yang mengenai hubungan antar variabel dan merupakan ilustrasi untuk focus dalam penelitian yang umumnya digambarkan dalam bentuk skema atau bagan.

Berdasarkan rumusan masalah dalam pembahasan yang telah dikaji sebelumnya mengenai variabel reward dan gaji dalam kualitas pelayanan, maka kerangka pemikiran yang diajukan di dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.1.** Kerangka Pemikiran



a. Reward

Reward sangat berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan atau pegawai, karena reward juga merupakan salah satu bentuk penilaian yang sangat penting terhadap pegawai maupun karyawan atas prestasi maupun hasil yang dilakukan. Dengan demikian karyawan akan melakukan perbuatan atau mencapai suatu prestasi agar memperoleh reward tersebut. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa reward memiliki hubungan dengan kinerja pegawai yang semakin diperkuat oleh beberapa penelitian terdahulu, yang dilakukan Ruslan et al (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh variabel reward terhadap kinerja pegawai.

b. Gaji

Gaji dapat didefinisikan dari beberapa konsep. Yang termasuk pengertian gaji adalah aliran masuk atau kenaikan barang kegiatan yang mempresentasikan operasi utama atau penurunan atau pengurangan kewajiban, suatu entitas, produk perusahaan, pertukaran produk menyangkut beberapa nama dalam mengambil beberapa bentuk untuk menaikkan ekuitas.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Maka, dapat disimpulkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh reward terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

H<sub>0</sub> : Reward tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

H<sub>a</sub> : Reward berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

2. Pengaruh gaji terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

H0 : Gaji tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

Ha : Gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

3. Pengaruh simultan reward dan gaji terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

H0 : Reward dan gaji tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

Ha : Reward dan gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang menggunakan analitik data yang berbentuk numerik angka Suryani (2015:109). Penelitian ini juga menggunakan metode analisis deskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang ada berdasarkan data. Proses analisis dalam penelitian deskriptif adalah penyajian analisis dan interpretasi data untuk memperoleh gambaran yang tepat mengenai suatu populasi, mencerminkan mekanisme suatu proses atau hubungan, memberikan cerminan umum, dan mengklasifikasikannya. Penelitian ini juga menguji pengaruh kualitas pelayanan pada Kantor pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis dilaksanakan di JL. Pos No. 1 Kesawan Barat Kota Medan Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April 2022 sampai dengan Juli 2022.

**Tabel 3.1** Jadwal Rencana Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Bulan																							
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul Skripsi	■	■	■	■																				
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■																
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■	■	■	■	■								
4	Seminar Proposal									■	■							■							
5	Revisi Proposal									■	■							■	■	■	■				
6	Pengumpulan Data Penelitian									■	■											■	■		
7	Penyusunan Laporan Penelitian									■	■													■	■
8	Seminar Sidang				■					■	■														
9	Revisi					■	■	■	■	■	■														

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menjadi pelanggan Kantor Pos Indonesia Sumatera Utara yang jumlah tidak diketahui. Menurut Sugiyono (2016:115). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 216 karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2016:116). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Non Probability Sampling yaitu teknik yang pengambilan sampelnya tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2016:120), yang meliputi metode Sampling Insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok sebagai sumber data selama penelitian ini berlangsung Sugiyono (2016:122).

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, dan jumlah sampel dapat ditetapkan sebanyak 140 responden. Maka jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Arikunto (2010:73) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel / Jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (e = 0,10)

Berdasarkan rumus diatas, maka diketahui bahwa sampel yang akan diambil dalam penelitian ini melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{216}{1 + 219 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{219}{2,20}$$

$$n = 99,54$$

$$n = 100$$

Apabila dibulatkan maka besar sampel dari populasi 216 pada adalah sebesar 100 responden.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini menjelaskan tentang segala sesuatu yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mengenai atau yang menjadi sebab berubahnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

X1 : Reward

X2 : gaji

##### 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang mengenai atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y : Kualitas Pelayanan.

### E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah penjelasan yang mengenai cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur (mengoperasionalkan) variabel penelitian yang dapat dituju. Tabel yang menjelaskan devenisi operasional dalam penelitian ini, dijelaskan pada tabel 3.2 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2** Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Sumber Data
Reward (X1)	Merupakan semua bentuk return baik finansial maupun non finansial yang diterima karyawan karena jasa yang disumbangkan ke perusahaan.	1.Kompensasi	1. Tingkat kenaikan gaji maupun bonus 2.Keuntungan yang diperoleh perusahaan berkat kinerja karyawan.	1, 2	PT. Dago Wisata Internasional
		2.Penghargaan	3. Frekuensi komunikasi antara atasan dan karyawan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas.	3,4	

			4. Frekuensi komunikasi sesama karyawan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas.		
		3. Apresiasi	5. Tingkat kesesuaian yang diberikan setelah pencapaian yang diraih oleh tim karyawan 6. Tingkat semangat kerja dan kerja sama dengan tim.	5,6,7	
Gaji (X2)	Adalah aliran masuk atau kenaikan barang kegiatan yang mempresentasikan operasi utama atau	1. Gaji dan Upah	1. Imbalan yang diterima setelah bekerja di sebuah perusahaan untuk bagian		Fandy Tjiptono (2009)

	penurunan atau pengurangan kewajiban, suatu entitas, produk perusahaan, pertukaran produk yang menyangkut beberapa nama dalam mengambil beberapa bentuk untuk kenaikan ekuitas.		tertentu , oleh pemberi kerja. 2. Tingkat kesesuaian gaji yang dengan beban pekerjaan. 3. Tingkat	1,2	
		2. Bonus dan Tunjangan	kesesuaian tunjangan yang diberikan untuk memenuhi kehidupan. 4. Tingkat sejauh mana atasan memberikan pengakuan pada karyawan. 5. Imbalan yang diberikan atas	3,4	
		3. Fee Profesional	keahlian tertentu yang diberikan.	5	
Kualitas Pelayanan (Y)	Merupakan sejauh mana pelayanan yang diberikan	1. Tangible (Bukti Fisik)	1. Kemampuan suatu perusahaan yang menunjukkan		Zheithalm et al (2009:180)

dapat memenuhi harapan pelanggan		sistensinya kepada pihak eksternal.		
		2. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan.	1,2,3,4	
	2. Reability (Kehandalan)	3. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan	5,6,7,8	
		4. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan.		
	3. Responsiveness (Daya Tanggap)	5. Memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan adanya penyampaian informasi yang jelas.	9,10	
			11,12	

		4. Assurance (Jaminan)	6. Kemampuan para pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.		
--	--	---------------------------	--	--	--

### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data-data yang akurat. Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden dengan bantuan daftar pertanyaan untuk mengumpulkan data primer.
2. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab.

Mneurut Sugiono (2011:118) skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, gaji dan resepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial dan jawaban dari pertanyaan yang mempunyai 5 (lima) opsi yang dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

**Tabel 3.3** Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016.133)

### G. Instrumen Penelitian

Penelitian kuantitatif menggunakan data alat ukur untuk mendapatkan data yang benar. Agar mempermudah untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Dalam menggunakan skala likert. Skala likert ini merupakan beberapa pertanyaan guna untuk mengumpulkan dan mengukur pengetahuan seseorang dengan merespon dari lima penelitian dan jawaban seperti tabel 3.3 dibawah ini.

**Tabel 3.4**

Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Reward (X1)	a. Kompensasi b. Penghargaan c. Apresiasi	1,2,3 4,5,6,7 8,9,10
2	Gaji (X2)	a. Gaji dan Upah b. Bonus dan Tunjangan c. Fee Profesional	11,12,13 14,15,16 17,18,19,20
3	Kualitas Pelayanan (Y)	a. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) b. <i>Reability</i> (Kehandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) d. <i>Assurance</i> (Jaminan) e. <i>Empathy</i> (Empati)	21,22 23,24 25,26 27,28 29,30

## H. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang dimana teknik menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian data tersebut dengan tahap:

### 1. Uji Validitas

Instrumen yang sudah direncanakan diatas perlu diuji validitas (ketepatan) agar instrument tersebut benar-benar mampu mengukur masing-masing variabel penelitian. Pengujian validasi dalam penelitian ini merupakan validitas konstruk. Yang dimana setelah diisi instrument cukup tepat dan rasional, maka dapat dilakukan dengan pengujian validates konstruk untuk mengukur variabel penelitian. Pengujian validitas konstruk ini menggunakan teknik kolerasi produk momen, yaitu mengkorelasi nilai-nilai dan skor total seluruh item instrument, apabila hasil pengujian menunjukkan konfesien korelasi yang kuat atau signifikan, maka butir-butir instrument cukup valid untuk mengukur variabel penelitian.

Langkah-langkah validitas konstruk ini adalah sebagai berikut:

- a. Angket disebarikan kepada responden atau sampel penelitian
- b. Jawaban angket diolah atau kemudian diuji dengan korelasi produk moment.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sugiyono (2016:248)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah pengamatan

$\sum x_1$  = Jumlah pengamatan variabel  $x_1$

$\sum x_2$  = Jumlah pengamatan variabel  $x_2$

$\sum y_1$  = Jumlah pengamatan variabel  $y_1$

$(\sum x_1^2)$  = Jumlah kuadrat pengamatan  $x_1$

$(\sum x_2^2)$  = Jumlah kuadrat pengamatan  $x_2$

$(\sum y_1^2)$  = Jumlah kuadrat pengamatan  $y_1$

$(\sum x_1)^2$  = Kuadrat jumlah pengamatan variabel  $y_1$

$\sum x_1 x_2 y$  = Jumlah hasil kali variabel  $x_1$ ,  $x_2$  dan  $y_1$

Kriteria penulisan validasi suatu instrument valid jika nilai korelasinya adalah positif dan lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel. Dengan cara lain adalah dilihat dari nilai sig (2tailed) dan membandingkannya dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang ditentukan peneliti. Nilai sig (2tailed)  $\leq 0,05$  maka butir instrument valid. Jika nilai sig (2tailed)  $\geq 0,05$  maka butir instrument tidak valid.

a. Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Modal regresi yang baik hendaknya normal dan mendekati normal. Jika signifikansi dapat diperoleh lebih besar dari 0,1 maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Berikut ini ketentuan dalam menggunakan metode scatter plot:

- 1) Jika terdapat plot tertentu pada grafik scatter plot seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik yang menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Pramana dan Sukresa (2016-15) menyatakan bahwa uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen yang lainnya dalam model regresi, atau untuk mengetahui dengan adanya tindakan korelasi diantara variabel independen. Uji Multikolinearitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi dan nilai variance inflationfactor (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai ini yang disyaratkan akan bagi nilai toleransi yang lebih besar.

1. Jika toleransi  $< 0,1$  dan  $VIF > 10$  : maka terjadi multikolinearitas
2. Jika toleransi  $> 0,1$  dan  $VIF > 10$  : maka tidak terjadi multikolinearitas

Beberapa cara untuk mengatasi multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Mengganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai korelasi yang tinggi
- 2) Manambah jumlah observasi
- 3) Mentransformasukan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritasma natural, akar kuadrat atau bentuk first difference delta.

## 2. Uji Hipotesis

### a.) Uji statistik t (uji persial)

Dalam menganalisis data, menguji nyata atau tidaknya hubungan variabel bebas dan variabel terikat digunakan uji t dengan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi n = jumlah sampel

t = statistic uji korelasi (thitung)

r<sup>2</sup> = koefisien determinasi

Kriteria :

- a. Jika nilai thitung < ttabel maka H0 diterima, sehingga tidak ada pengaruhantara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai thitung > ttabel maka H0 ditolak, sehingga ada pengaruh antaravariabel bebas dengan variabel terikat.

### b.) Uji statistik F (uji simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat denganmembandingkan antara nilai Ftabel dengan Fhitung. Dalam hal ini dilakukan untukmengetahui apakah semua variabel bebas x1 (kualitas pelayanan) dan x2 (kepuasan pelanggan) mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat Y (loyalitas pelanggan). Rumus dari uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  = koefisien korelasi berganda

$k$  = jumlah variabel independen

$n$  = jumlah anggota sampel

$F$  = nilai hitung

Kriteria :

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sehingga menunjukkan tidak adapengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga ada pengaruh antara variabel bebas dengan terikat

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data ini adalah jawaban dari rumusan masalah yang akan diteliti apakah masing-masing variabel bebas reward dan gaji tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat (kualitas pelayanan) yang baik secara persial maupun simultan. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui hubungan variabel reward dan gaji terhadap kualitas pelayanan digunakan regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a_1 + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel tak bebas (nilai yang akan diprediksi)

$a$  = Konstanta

$x_1, x_2$  = Variabel bebas

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

e = Standard error

#### 4. Koefisien Determinasi Simultan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (dependent variable). Koefisien determinasi adalah nol dan satu, Ghozali (2011, hal.97).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

r<sup>2</sup> = koefisien korelasi

Kriteria :

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Pos Indonesia**

##### **1. Sejarah PT. Pos Indonesia (Persero) Medan**

Gedung kantor pos tersebut telah didirikan oleh pemerintahan kolonial Belanda yakni pada saat kepemimpinan Reseidence J. Ballot. Hal ini terbukti dengan adanya tulisan pada bagian dinding luar bangunan dengan ukiran ANNO 1911. Tulisan tersebut dari Bahasa Belanda yang memiliki arti Tahun 1911.

Dari zaman kejayaan tembakau di Kesultanan Deli Medan yakni pada waktu perdagangan Belanda serta Erop, kemudian Negara Sumatera Timur pada tahun 1947-1950. Lalu Republik Indonesia Serikat tahun 1949-1959 hingga era Negara Kesatuan RI 1950 sampai saat ini. Kantor pos Medan ini masih terbukti menampung segala aktivitas pelayanan jasa pengiriman. Pada masa Nienhuys perkebunan berkembang pesat yakni sekitar tahun 1800-an. Sehingga tembakau meningkat nama Medan ke pentas dunia.

Nienhyus serta pengusaha bekerja sama dengan kesultanan Deli untuk membangun perusahaan. Dari perkembangan bisnis kemudian ditunjang dengan membangun sejumlah infrstruktur baik jalur kereta api serta kantor pelayanan umum. Hal tersebut tentu untuk mengoptimalkan operasional usaha atau bisnis yang berkembang saat itu, dampak dari

kemajuan perusahaan tembakau maka adanya pembangunan Kantor Pos Besar Medan. Bangunan tersebut berada di sebelah kiri Merdeka Walk yakni tepat di depan Hotel Inna Dharma Deli. Selain itu kantor pos Medan menghadap menyamping ke arah bekas bangunan Javasche Bank dan Bank Indonesia.

Arsitek bangunan tersebut adalah Snuyf. Dia adalah pejabat Kerja Umum Belanda dan memulainya pada tahun 1909 hingga selesai tahun 1911. Hal ini tercantum dalam Buku Badan Warisan Sumatera Utara. Namun saat itu, Medan belum dikuasai oleh Negara Republik Indonesia. Tak hanya di Deli, Snuyf menjadi salah satu arsitek bangunan bersejarah yang ada di Bandung pada tahun 1914. Bahkan hingga di Palembang berupa bangunan Menara Air.

## **2. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Medan**

### **a. Visi PT. Pos Indonesia (Persero) Medan**

Menjadi perusahaan pos yang berkemampuan memberikan solusi terbaik dan menjadi pilihan utama stock holder domestic maupun global dalam mewujudkan pengembangan bisnis dengan pola kemitraan yang didukung oleh sumber daya manusia yang unggul dan menjunjung tinggi nilai perusahaan.

### **b. Misi PT. Pos Indonesia (Persero) Medan**

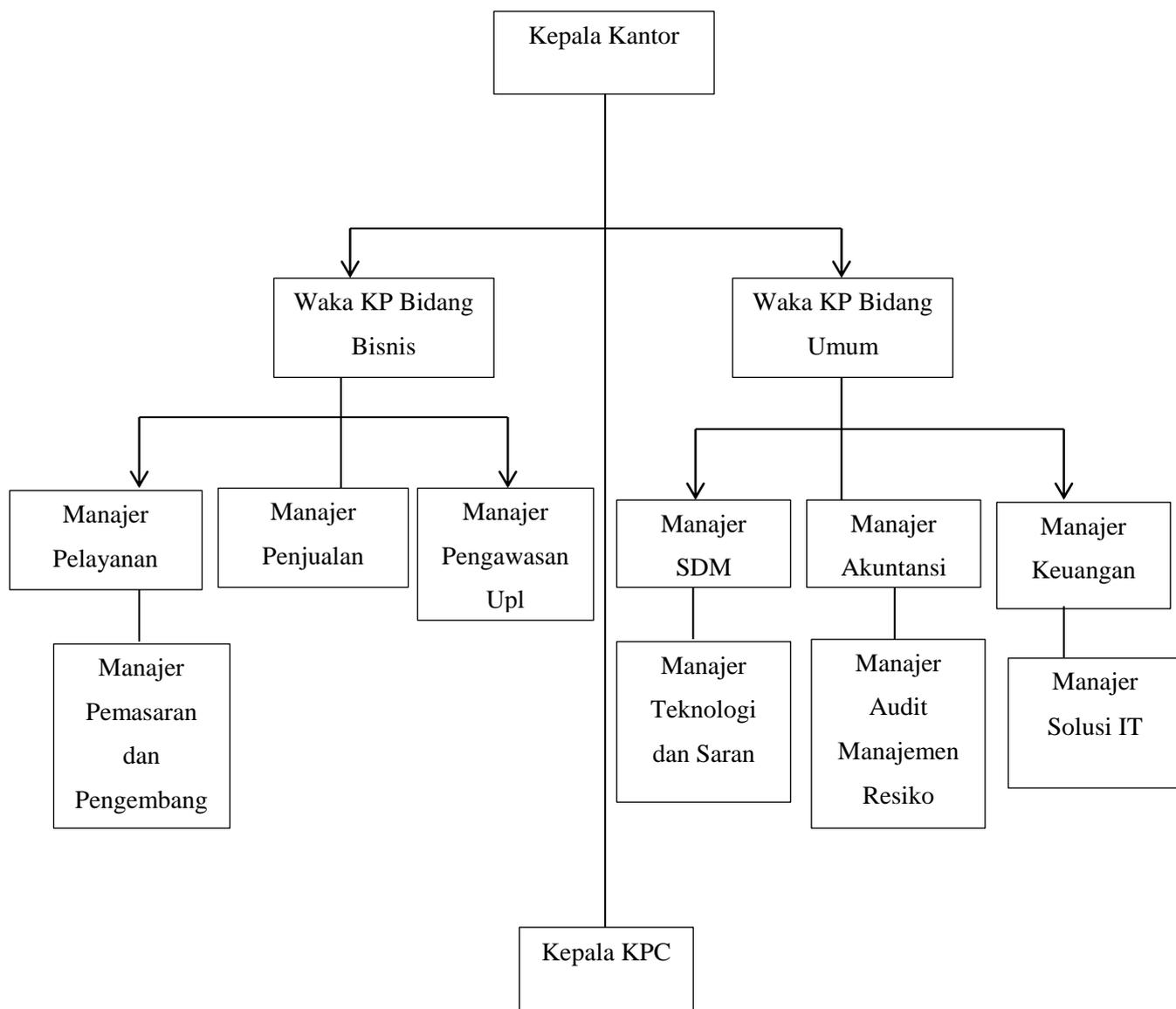
- a) Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai yang terbaik.

- b) Berkomitmen pada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi.
- c) Berkomitmen kepada pemegang saham dan memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh.
- d) Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat.
- e) Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan.

### **3. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Medan**

Organisasi adalah alat perusahaan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Struktur organisasi perusahaan akan mungkin melaksanakan pembagian tugas dan wewenang yang jelas antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Struktur organisasi dari suatu perusahaan dalam penerapannya selalu berbeda-beda dengan perusahaan yang lain sehingga untuk menerapkan suatu struktur organisasi harus melihat kepada kebutuhan dan jenis perusahaan yang menggunakannya. Struktur organisasi bagi suatu perusahaan sangatlah penting karena dalam struktur organisasi tercantum pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas sehingga dapat mempermudah adanya pengarahan dan wawasan setiap individu.

Adapun gambar struktur Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 4.1** Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Medan

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskriptif Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel Reward (X1), 10 pernyataan untuk variabel Gaji (X2), dan 10 pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (Y). Angket disebar dan diberikan kepada 100 karyawan dalam PT.POS

Indonesia (Persero) Sumatera Utara sebagai sampel penelitian dengan menggunakan metode *Skala Likert* berbentuk tabel ceklist.

**Tabel 4.1**  
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju(STS)	1

Dalam ketentuan diatas berlaku baik di dalam menghitung variabel Reward (X1), Gaji (X2), Kualitas Pelayanan (Y).

## 2. Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner, gambaran tentang karakteristik responden dapat dilihat dari tabel-tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**

		jenis_kelamin		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	laki-laki	50	50,0	50,0	50,0
	perempuan	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 50 orang laki-laki (50%) dan perempuan sebanyak 50 orang (50%), sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara adalah sama rata.

**Tabel 4.3**

		<b>Umur</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24 tahun	50	50,0	50,0	50,0
	25-34 tahun	44	44,0	44,0	94,0
	>35-50 tahun	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden karyawan berdasarkan usia, dimana kelompok usia responden yang terbesar adalah responden yang berusia antara 18-24 tahun yaitu sebanyak 50 orang (50%), dan yang terakhir dengan responden yang berusia diatas 35-50 tahun sebanyak 6 orang (6%).

**Tabel 4.4**

		<b>Pendidikan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	31	31,0	31,0	31,0
	Sarjana muda (D3)	13	13,0	13,0	44,0
	Sarjana (S1)	51	51,0	51,0	95,0
	pasca sarjana (S2)	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden karyawan berdasarkan pendidikan yang terbesar ialah Sarjana (S1) sebanyak 51 orang (51%), dan kelompok yang terkecil untuk pendidikan ialah Pasca Sarjana (S2) sebanyak 5 orang (5%).

**Tabel 4.5**

		masa_kerja		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	1-3 tahun	56	56,0	56,0	56,0
	3-4 tahun	13	13,0	13,0	69,0
	> 5 tahun	31	31,0	31,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden karyawan yang berdasarkan masa kerja terbesar adalah 1-3 tahun sebanyak 56 orang (56%), kemudian disusul oleh yang terkecil dengan masa kerja 3-4 tahun sebanyak 13 orang (13%).

### 3. Analisa Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan berikut ini:

#### a. Variabel Reward (X1)

**Tabel 4.6**

Hasil Jawaban Responden Mengenai Reward

Reward (X1)		RW1	RW2	RW3	RW4	RW5	RW6	RW7	RW8	RW9	RW10
SS	f	36	31	16	18	17	16	26	24	17	24
	%	36	31	16	18	17	16	26	24	17	24
S	f	50	61	67	71	66	71	70	67	77	72
	%	50	61	67	71	66	71	70	67	77	72
KS	f	12	7	17	11	17	13	4	9	6	4
	%	12	7	17	11	17	13	4	9	6	4
TS	f	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
STS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2022

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai “Pimpinan memberikan pujian jika saya menunjukkan hasil kerja yang memuaskan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 50%.
2. Dari jawaban kedua mengenai “Bonus yang diberikan perusahaan meningkat semangat dalam bekerja” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 61%.
3. Dari jawaban ketiga mengenai “Tunjangan yang diberikan perusahaan dapat mencukupi kebutuhan saat ini” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 67%.
4. Dari jawaban keempat mengenai “Penghargaan yang diberikan mendorong saya untuk disiplin dalam bekerja” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 71%.
5. Dari jawaban kelima mengenai “Pekerjaan yang saya kerjakan dengan baik akan mendapatkan pengakuan dan membuat saya semakin semangat” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 66%.
6. Dari jawaban keenam mengenai “Saya mendapatkan promosi jabatan ketika saya mencapai target penjualan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 71%.
7. Dari jawaban ketujuh mengenai “Saya mendapatkan imbalan tambahan diluar gaji” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 70%.
8. Dari jawaban kedelapan mengenai “Gaji pokok yang saya terima sudah sesuai dengan kontribusi saya selama bekerja di perusahaan ini dan membuat saya termotivasi dalam bekerja” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 67%.
9. Dari jawaban kesembilan mengenai “Dukungan dan pujian dari atasan serta rekan kerja membuat saya senang dan merasa dihargai” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 77%.
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai “Perusahaan memberikan reward

kepada saya jika saya disiplin dalam bekerja” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 72%.

b. Variabel Gaji (X2)

**Tabel 4.7**

Hasil Jawaban Responden Mengenai Gaji

Gaji (X2)		PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	PD8	PD9	PD 10
SS	f	37	31	39	31	33	22	26	27	41	36
	%	37	31	39	31	33	22	26	27	41	36
S	f	61	68	57	66	61	76	70	70	55	60
	%	61	68	57	66	61	76	70	70	55	60
KS	f	2	1	4	3	6	2	4	3	4	4
	%	2	1	4	3	6	2	4	3	4	4
TS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2022

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai “Pendidikan mempengaruhi gaji yang saya dapatkan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 61%.
2. Dari jawaban kedua mengenai “Gaji yang saya dapatkan sudah sesuai dengan jenis pekerjaan saya” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 68%.
3. Dari jawaban ketiga mengenai “Kesesuaian pendapatan yang diterima dengan keahlian pada bidang pekerjaan tertentu” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 57%.
4. Dari jawaban keempat mengenai “Pendapatan sudah mencukupi untuk memenuhi kebutuhan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 66%.
5. Dari jawaban kelima mengenai “Kesesuaian jenis pekerjaab yang



	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2022

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden pertama mengenai “Pegawai selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama dan jabatan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 77%.
2. Jawaban responden kedua mengenai “Tempat parker yang ada saat ini sudah cukup aman untuk menyimpan kendaraan” sebagian respoden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 80%.
3. Jawaban responden ketiga mengenai “Pegawai memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 69%.
4. Jawaban responden keempat “Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prosedur atau tata cara pelayanan” sebagian responden menjabawab setuju dengan presentase sebanyak 69%.
5. Jawaban responden kelima mengenai “Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 68%.
6. Jawaban responden keenam mengenai “Pegawai dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 72%.
7. Jawaban responden ketujuh mengenai “Pelanggan mendapat jaminan apabila barang yang dikirim rusak” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 80%.
8. Jawaban responden kedelapan mengenai “Pegawai membuat pelanggan merasa aman dan percaya selama bertransaksi” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 78%.
9. Jawaban responden kesembilan mengenai “Pegawai memberikan perhatian baik secara personal atau individu” sebagian responden menjawab setuju dengan presentase sebanyak 75%.

10. Jawaban responden kesepuluh mengenai “Petugas keamanan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggannya” sebagian responden menjawab setuju sebanyak 70%.

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji signifikansi dalam uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dalam penelitian dengan  $n=100$  maka  $df= n-2 = 100-2 = 98$  yaitu 0,197 (diperoleh dari hasil  $r_{tabel}$ ). Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif maka butir atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

##### a) Uji Validitas Reward

**Tabel 4.9**

Uji Validitas Variabel Reward (X1)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
RW1	0,304	0,197	Valid
RW2	0,330	0,197	Valid
RW3	0,364	0,197	Valid
RW4	0,435	0,197	Valid
RW5	0,397	0,197	Valid
RW6	0,376	0,197	Valid
RW7	0,362	0,197	Valid
RW8	0,407	0,197	Valid
RW9	0,389	0,197	Valid
RW10	0,402	0,197	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel diatas didapatkan hasil keseluruhan indicator untuk variabel reward semuanya valid yakni memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pernyataan valid.

## b) Uji Validitas Gaji

**Tabel 4.10**

Uji Validitas Variabel Gaji (X2)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
PD1	0,510	0,197	Valid
PD2	0,527	0,197	Valid
PD3	0,531	0,197	Valid
PD4	0,521	0,197	Valid
PD5	0,438	0,197	Valid
PD6	0,456	0,197	Valid
PD7	0,504	0,197	Valid
PD8	0,472	0,197	Valid
PD9	0,523	0,197	Valid
PD10	0,477	0,197	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel diatas didapatkan hasil indicator untuk variabel gaji semuanya valid yakni memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pernyataan valid.

## c) Uji Validitas Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.11**

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
KP1	0,532	0,197	Valid
KP2	0,442	0,197	Valid
KP3	0,515	0,197	Valid
KP4	0,490	0,197	Valid
KP5	0,471	0,197	Valid
KP6	0,490	0,197	Valid
KP7	0,520	0,197	Valid
KP8	0,468	0,197	Valid
KP9	0,387	0,197	Valid
KP10	0,365	0,197	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel diatas didapatkan hasil keseluruhan indicator untuk variabel kualitas pelayanan semuanya valid yakni memiliki

nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pernyataan valid.

### b. Uji Reliabilitas

Dalam kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan merupakan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Jika suatu variabel yang dikatakan reliable maka memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $\alpha \geq 0,70$ . Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.12**

Uji Reliabilitas Penelitian

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	$\geq 0,7$	Kesimpulan
1	Reward	0.711	$\geq 0,7$	Reliabel
2	Gaji	0.816	$\geq 0,7$	Reliabel
3	Kualitas pelayanan	0.795	$\geq 0,7$	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas kuesioner pada masing-masing variabel dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bahwa kuesioner pada masing-masing variabel sangat reliable dengan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 dan tingkat reliabilitas yang tinggi.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Simrnov* yaitu dengan melihat nilai probabilitasnya, jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data dan berdistribusi normal, berikut hasil uji normalitas data.

**Tabel 4.13**  
Uji Kolmogorov-Smirnov  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**  
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,35736972
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,053
	Positive	,045
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

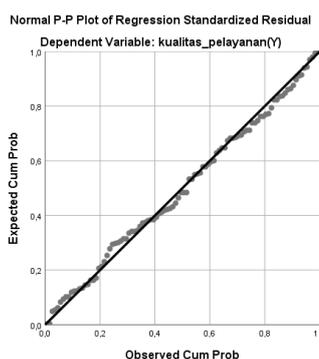
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas ini didapatkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,200 yang memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Selain itu uji normalitas data juga dapat dilihat dari grafik P-Plot sebagai berikut:



**Gambar 4.2** P-Plot Normalitas Data

Hasil uji normalitas data yang berdasarkan gambar p-plot di dapatkan bahwa plot ini mengikuti dan berada disekitar garis miring yang sehingga data berdistribusi normal.

### b. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji durbin Watson, yang hasil pengujiannya dengan durbin Watson yang didapatkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.14**

Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,892 <sup>a</sup>	,796	,792	1,371	1,838

a. Predictors: (Constant), gaji(X2), Reward(X1)

b. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

Hasil uji autokorelasi dengan durbin Watson ini didapatkan nilai dw sebesar 1,715, dengan jumlah  $k=2$  dan  $n=100$  maka diperoleh nilai  $dl= 1,634$  dan nilai  $du= 1,715$  dan  $4-du = 4-1,715 = 2,285$  sehingga nilai  $dw = 1,835$  yang terletak antara  $du (1,715) < dw (1,838) < 4-du (2,285)$  sehingga data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif.

### c. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan nilai VIF dan tolerance, dengan ketentuan bahwa apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas pada data penelitian, berikut hasil uji multikolinieritas data dalam penelitian ini:

**Tabel 4.15**  
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,465	1,826		3,540	,001		
Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948
Gaji(X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

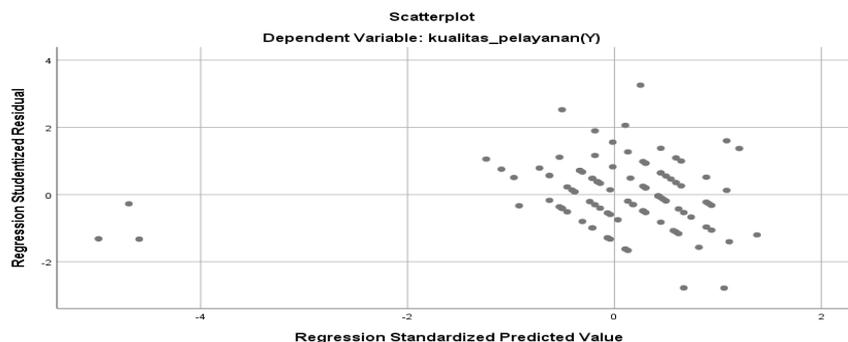
Pada tabel 4.12 dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Reward X1 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,513 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,948 lebih kecil dari 10.
2. Gaji X2 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,513 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,948 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel reward bebas dari adanya gejala multikolinieritas,

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik scatterplot yang menyebar diatas maupu diatas atau disisi kanan dan disisi kiri garis nol, hasil uji scatterplot ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.3** Scatterplot

Hasil pengujian dengan scatterplot ini didapatkan bahwa plot yang menyebar diatas maupun digaris nol, sehingga data tidak terjadi heteroskedastisitas, akan tetapi pengujian ini tidak pasti dan berupa asumsi, sehingga diperlukan adanya uji yang dapat dipastikan nilainya yakni dengan uji glejser. Pengujian heteroskedastisitas dengan uji glejser yakni dengan melihat nilai probabilitasnya, jika nilai probabilitas ini lebih besar dari 0,05 maka data memenuhi uji heteroskedastisitas, berikut ini uji heteroskedastisitas dengan uji glejser.

**Tabel 4.16**

Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	,331	1,145		,289	,773
	Reward(X1)	-,007	,037	-,028	-,199	,843
	Gaji(X2)	,024	,034	,099	,703	,483

a. Dependent Variable: abs

Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser ini didapatkan dengan nilai probabilitas untuk masing-masing variabel yakni reward 0,843 dan gaji 0,483 sehingga nilai probabilitas ini memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini datanya dapat memenuhi uji heteroskedastisitas.

## 6. Pengujian Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui statistik, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**

Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,465	1,826		3,540	,001		
Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948
Gaji (X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat dideskripsikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,465 + 0,461 X1 + 0,394 X2$$

Pada persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa :

1. Konstanta = 6,465

Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar 6,465 artinya apabila variabel reward dan gaji bernilai nol atau tetap dan apabila ada peningkatan satu poin, maka kualitas pelayanan meningkat sebesar 6,465 poin.

2. Koefisien Reward X1 = 0,641

Nilai koefisien pada variabel reward sebesar 0,461 artinya apabila peningkatan satu poin dengan asumsi variabel lain bernilai nol dan tetap, maka kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,461 poin.

3. Koefisien Gaji X2 = 0,394

Nilai koefisien pada variabel gaji sebesar 0,394 artinya apabila ada peningkatan satu poin dengan asumsi variable lain bernilai nol dan tetap, maka kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,394 poin.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 4.18**

Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,465	1,826		3,540	,001		
Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948
Gaji(X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat dideskripsikan pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh reward terhadap kualitas pelayanan

Dari hasil kuesioner didapatkan jumlah sampel 100 sehingga  $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ , maka didapatkan  $t_{tabel} = 1,660$

$$t_{hitung} = 7,891$$

$$t_{tabel} = 1,660$$

Ho diterima jika :  $t_{hitung} (7,891) > t_{tabel} (1,660)$

H1 ditolak jika :  $t_{hitung} (7,891) < t_{tabel} (1,660)$

Maka hasil analisis yang didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung} (7,891) > t_{tabel} (-1,660)$  sehingga dihipotesis dalam penelitian ini diterima dan nilai p value  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel reward terhadap kualitas pelayanan.

#### 2. Pengaruh gaji terhadap kualitas pelayanan

Hasil kuesioner didapatkan jumlah sampel 100 sehingga  $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ , maka didapatkan  $t_{tabel} = 1,660$

$$t_{hitung} = 7,247$$

$$t_{tabel} = 1,660$$

Ho diterima jika :  $t_{hitung} (7,247) > t_{tabel} (1,660)$

H1 ditolak jika :  $t_{hitung} (7,247) < t_{tabel} (1,660)$

Maka hasil analisis yang didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung} (7,247) > t_{tabel} (-1,660)$  sehingga dihipotesis dalam penelitian ini diterima dan nilai p value  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaji terhadap kualitas pelayanan.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f dapat mendeskripsikan pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel independen terhadap dependen, yang hasil penelitian pada tabel didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4.19**

Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,957	2	356,479	189,572	,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,403	97	1,880		
	Total	895,360	99			

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

b. Predictors: (Constant), gaji(X2), Reward(X1)

Pengaruh dimensi dari kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi reward, dan gaji secara simultan atau bersama-sama terhadap kualitas pelayanan. Hasil dari kuesioner didapatkan jumlah sampel 100 sehingga  $df = n-k-1 = 100-2-1 = 97$ , maka didapatkan  $F_{tabel} = 3,08$ ,

$$F_{hitung} = 189,572$$

$$F_{tabel} = 3,08$$

Ho diterima jika :  $F_{hitung} (189,572) > F_{tabel} (3,08)$

Hasil dari analisis didapatkan bahwa nilai  $F_{hitung} (189,572) > F_{tabel} (-3,08)$  sehingga hipotesis awal dalam penelitian ini diterima dan nilai p value  $0,000 < 0,05$  sehingga kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi reward, dan gaji secara simultan atau bersama-sama secara positif berpengaruh

terhadap kualitas pelayanan.

### c. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinasi untuk mendeskripsikan presentase pengaruh antara variabel independen terhadap dependen, maka hasil penelitian pada tabel diatas didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4.20**

Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,892 <sup>a</sup>	,796	,792	1,371	1,838

a. Predictors: (Constant), gaji(X2), Reward(X1)

b. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

Besar pengaruh reward, gaji, secara simultan atau bersama-sama terhadap kualitas pelayanan yang ditunjukkan dengan nilai adjusted r square sebesar 0,796 yang artinya bahwa reward, gaji, secara simultan dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan sebesar 79,6% dan sisanya 20,4% dan dapat digambarkan oleh variabel diluar penelitian dengan nilai r hitung hubungan (korelasi) antara variabel reward, gaji, dengan kualitas pelayanan secara bersama-sama didapatkan nilai r hitung sebesar 0,892 yang dimana nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel = 0,197 sehingga ada hubungan positif dan signifikan antara reward dan gaji dengan kualitas pelayanan dalam kategori yang sangat kuat.

## C. Pembahasan

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara yaitu diantaranya dari faktor reward dan gaji. Lebih rinci mengenai hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Reward Terhadap Kualitas Pelayanan

Terhadap pengaruh positif faktor reward terhadap kualitas pelayanan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,891) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi faktor reward maka akan semakin tinggi yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kemudian diperoleh bahwa faktor reward berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan Ruslan et al (2017) “Reward sangat berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan atau pegawai, dikarenakan reward juga merupakan salah satu bentuk penilaian yang sangat penting terhadap pegawai maupun karyawan atas prestasi maupun hasil yang dilakukan. Dengan demikian karyawan akan melakukan perbuatan atau mencapai suatu prestasi agar memperoleh reward tersebut”.

### 2. Pengaruh Gaji Terhadap Kualitas Pelayanan

Terhadap pengaruh positif faktor gaji terhadap kualitas pelayanan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,247) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hubungan yang seperti ini terkandung arti bahwa semakin tinggi faktor gaji maka akan semakin tinggi yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kemudian diperoleh bahwa faktor gaji sangat berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Menurut Andrew F. Sikula “Gaji adalah balas jasa dalam bentuk uang yang diterima karyawan sebagai konsekuensi dari statusnya sebagai seorang karyawan yang memberikan kontribusi dalam mencapai suatu tujuan perusahaan”.

### **3. Pengaruh Reward dan Gaji Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara**

Pengujian yang dilakukan secara simultan yang menunjukkan bahwa faktor reward dan gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara. Dengan nilai  $F_{hitung}$  (189,572)  $> F_{tabel}$  (3,08) dengan tingkat signifikan 0,000. Selanjutnya nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,796 atau 7,96% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh reward dan gaji. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Bismala (2012 – 189) “Kualitas pelayanan dapat diartikan dalam banyak persepsi individual yang disamping kriteria dan standart akan kualitas yang berbeda dan bervariasi dan cenderung terus selalu berubah. Kualitas akan dipresepsikan dengan individu yang berlainan, Karena pada umumnya, kualitas pelayanan berhubungan dengan reward dan gaji”.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini mengenai Reward dan Gaji terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara. Responden pada penelitian ini berjumlah 140 responden, kemudian telah di analisa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terhadap pengaruh positif faktor reward terhadap kualitas pelayanan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,891) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan reward terhadap kualitas pelayanan.
2. Terdapat pengaruh positif faktor gaji terhadap kualitas pelayanan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,247) > t_{tabel} (1,660)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan yang menunjukkan bahwa faktor reward dan gaji berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Sumatera Utara. Dengan nilai  $F_{hitung} (189,572) > F_{tabel} (3,08)$  dengan tingkat signifikan  $0,000$ . Selanjutnya nilai  $R^2$  yaitu sebesar  $79,6\%$  variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh reward dan gaji.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap reward dan gaji di kantor pos Sumatera Utara. sehingga karyawan harus memiliki konsep yang menarik, karena karyawan diharuskan selalu bersifat ramah dan sopan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yangn akan mengkaji dapat menambahkan variabel dalam penelitian selanjutnya dan diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi atau informasi yang dapat digunakan dalam penelitian berikutnya.
3. Kepada pihak kantor pos Sumatera Utara agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap karyawan, agar karyawan merasa nyaman dan dapat menerima pelayanan yang lebih cepat dari sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Adrian, Payne. 2008. *The Essence of Marketing (Pemasaran Jasa)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Assagaff, Mohammad. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 10 (2), 45-55
- Assauri, Sofjan (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Armisted , C. G., & Clark, G. (1999). *Layanan dan Dukungan kepada Pelanggan: Penerapan Strategi yang Efektif*. (M. K. Djunaedi, Trans.) Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20039>
- Batubara, Aida W, Ginting Paham dan Lubis, Arlina Nurbaity. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Perpajakan Fisip USU. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 14 (2), 191-202.
- Bismala, Lia. (2012). *Manajemen Produksi Operasi*. Medan: Perdana Publishing
- Ghozali, Imam (2013) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2009). *Dasar-Dasar Pemasaran .Jilid 1 Edisi Terjemahan 9*. Jakarta: PT FramediaPustakaUtama.
- Kotler, Philip: Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lopiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2004). *Service Marketing: People, Technology, Strategi* (5 ed). New Jersey: Pearson Education.
- Pramana, R. I., & Sukresna, I. M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1-5.
- Pradesyah, Riyan. 2017. "Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah." *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam* 9(1): 93-111
- Ruslan Mas'ud. 2017. Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kutai Timur
- Rosady Ruslan. *Metodelogi Penelitian Publik dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Saktiani, Garnis Anggi (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mounth. *JISIP: Jurnal Sosial dan Ilmu Politik* 4 (2), 348-352.
- Saleh ,Muwafik, Akh. (2010). *Public Service Communication*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. *Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Management*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Hayati, Isra, and Suci Fitria. 2018. *Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada BMT El-Munawar Medan.* " *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam* 10(1): 50-65.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi Gregorius, Chandra. (2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusuf, Mohammad. (2011), dengan Judul "Analisis Pengaruh Promosi, Harga Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda".
- Zeithalm, V.A., M.J. Bitner, Gremler. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Fpcus Across The Firm* 6 Thed. Boston : Mc. Graw-Hill.

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1

**KUESIONER PENELITIAN**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS**  
**PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)**  
**SUMATERA UTARA**

Responden yang terhormat,

Saya Tutri Mawar AqDilla mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang bermaksud melakukan penelitian skripsi S1 dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) SUMATERA UTARA”. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang dipergunakan dalam penelitian tersebut.

Demikian atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu, Saudara/i saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

**Tutri Mawar AqDilla**

## Lanjutan Lampiran 1

### **Petunjuk Pengisian**

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu, Saudara/i, untuk menjawab seluruh pertanyaan yang tersedia.
2. Usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Isilah dengan memberikan tanda silang (x) pada pernyataan yang tersedia.

#### 1. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : a) Laki-Laki  
b) Perempuan

Usia : a) 18-24 tahun  
b) 25-34 tahun  
c) 35-50 tahun  
d)  $\geq 55$  tahun

Masa Kerja : a)  $< 1$  tahun  
b)  $> 1 - < 3$  tahun  
c)  $> 3 - < 4$  tahun  
d)  $> 4$  tahun  
e) Lainnya

Pendidikan : a) SMA/SMK/MA  
b) D3  
c) S1  
d) S2

## Lanjutan Lampiran 1

### 2. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan-pernyataan berikut ini saudara/i dipersilahkan untuk memberikan jawaban dengan mengisi tanda centan (√) pada skala 1-5 dalam kolom jawaban yang sudah tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Kriteria Penelitian:

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

Lanjutan Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN

**1. REWARD (X1)**

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Pimpinan memberikan pujian jika saya menunjukkan hasil kerja yang memuaskan.					
2.	Bonus yang diberikan perusahaan meningkatkan semangat dalam bekerja					
3.	Tunjangan yang diberikan perusahaan dapat mencukupi kebutuhan saat ini					
4.	Penghargaan yang diberikan mendorong saya untuk disiplin dalam bekerja					
5.	Pekerjaan yang saya kerjakan dengan baik akan mendapat pengakuan dan membuat saya semakin bersemangat					
6.	Saya mendapatkan promosi jabatan ketika saya mencapai target penjualan					
7.	Saya mendapatkan imbalan tambahan diluar gaji					
8.	Gaji pokok yang saya terima sudah sesuai dengan kontribusi saya selama bekerja di perusahaan ini dan membuat saya termotivasi dalam bekerja.					
9.	Dukungan dan pujian dari atasan serta rekan kerja membuat saya senang dan merasa dihargai					
10.	Perusahaan memberikan reward kepada saya jika saya disiplin dalam bekerja					

**Gaji X2**

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Pendidikan mempengaruhi gaji yang saya dapatkan					
2.	Gaji yang saya dapatkan sudah sesuai dengan jenis pekerjaan saya					
3.	Kesesuaian pendapatan yang diterima dengan keahlian pada bidang pekerjaan tertentu					
4.	Pendapatan sudah mencukupi untuk memenuhi kebutuhan					
5.	Kesesuaian jenis pekerjaan yang dilakukan dengan pendapatan yang diterima					
6.	Menurut saya, bonus yang diterima sesuai dengan prestasi kerja					
7.	Tingkat pendidikan mempengaruhi gaji yang saya dapatkan					
8.	Gaji yang saya dapatkan akan berkurang apabila saya terlambat datang ke kantor					
9.	Pendidikan non formal seperti kursus dan pelatihan membantu saya dalam tambahan gaji yang saya dapatkan					
10.	Saya mendapatkan gaji yang lebih tinggi dari pekerjaan sampingan					

### 3. KUALITAS PELAYANAN (Y)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Pegawai selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama dan jabatan					
2.	Tempat parkir yang ada saat ini sudah cukup aman untuk menyimpan kendaraan					
3.	Pegawai memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan					
4.	Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prosedur atau tata cara pelayanan					
5.	Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan					
6.	Pegawai dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan					
7.	Pelanggan mendapat jaminan apabila barang yang dikirim rusak					
8.	Pegawai membuat pelanggan merasa aman dan percaya selama bertransaksi					
9.	Pegawai memberikan perhatian baik secara personal atau individu					
10.	Petugas keamanan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggannya					

## 1. KARAKTERISTIK RESPONDEN

### jenis\_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	50	50,0	50,0	50,0
	perempuan	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 24 tahun	50	50,0	50,0	50,0
	25-30 tahun	44	44,0	44,0	94,0
	>30 tahun	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	31	31,0	31,0	31,0
	Sarjana muda (D3)	13	13,0	13,0	44,0
	Sarjana (S1)	51	51,0	51,0	95,0
	pasca sarjana (S2)	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### masa\_kerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 tahun	56	56,0	56,0	56,0
	3-4 tahun	13	13,0	13,0	69,0
	> 4 tahun	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 2. DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

### a) Reward (X1)

Reward (X1)		RW1	RW2	RW3	RW4	RW5	RW6	RW7	RW8	RW9	RW10
SS	f	36	31	16	18	17	16	26	24	17	24
	%	36	31	16	18	17	16	26	24	17	24
S	f	50	61	67	71	66	71	70	67	77	72
	%	50	61	67	71	66	71	70	67	77	72
KS	f	12	7	17	11	17	13	4	9	6	4
	%	12	7	17	11	17	13	4	9	6	4
TS	f	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
STS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

### b) Gaji (X2)

Gaji (X2)		PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	PD8	PD9	PD10
SS	f	37	31	39	31	33	22	26	27	41	36
	%	37	31	39	31	33	22	26	27	41	36
S	f	61	68	57	66	61	76	70	70	55	60
	%	61	68	57	66	61	76	70	70	55	60
KS	f	2	1	4	3	6	2	4	3	4	4
	%	2	1	4	3	6	2	4	3	4	4
TS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Lanjutan Lampiran 2

c) Kualitas Pelayanan (Y)

Kualitas Pelayanan(Y)		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10
SS	f	22	17	30	30	30	26	20	22	25	28
	%	22	17	30	30	30	26	20	22	25	28
S	f	77	80	69	69	68	72	80	78	75	70
	%	77	80	69	69	68	72	80	78	75	70
KS	f	1	3	1	1	2	2	0	0	0	2
	%	1	3	1	1	2	2	0	0	0	2
TS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STS	f	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

### 3. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

#### a. Uji Validitas

##### a) Variabel Reward (X1)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
RW1	0,304	0,197	Valid
RW2	0,330	0,197	Valid
RW3	0,364	0,197	Valid
RW4	0,435	0,197	Valid
RW5	0,397	0,197	Valid
RW6	0,376	0,197	Valid
RW7	0,362	0,197	Valid
RW8	0,407	0,197	Valid
RW9	0,389	0,197	Valid
RW10	0,402	0,197	Valid

Lanjutan Lampiran 2

b) Variabel Gaji (X2)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
PD1	0,510	0,197	Valid
PD2	0,527	0,197	Valid
PD3	0,531	0,197	Valid
PD4	0,521	0,197	Valid
PD5	0,438	0,197	Valid
PD6	0,456	0,197	Valid
PD7	0,504	0,197	Valid
PD8	0,472	0,197	Valid
PD9	0,523	0,197	Valid
PD10	0,477	0,197	Valid

c) Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Hasil
KP1	0,532	0,197	Valid
KP2	0,442	0,197	Valid
KP3	0,515	0,197	Valid
KP4	0,490	0,197	Valid
KP5	0,471	0,197	Valid
KP6	0,490	0,197	Valid
KP7	0,520	0,197	Valid
KP8	0,468	0,197	Valid
KP9	0,387	0,197	Valid
KP10	0,365	0,197	Valid

b. Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	$\geq 0.7$	Kesimpulan
1	Reward	0.711	$\geq 0,7$	Reliabel
2	Gaji	0.816	$\geq 0,7$	Reliabel
3	Kualitas pelayanan	0.795	$\geq 0,7$	Reliabel

Lanjutan Lampiran 2

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Data

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

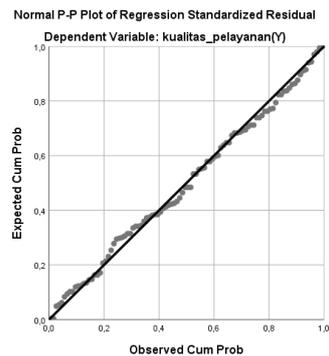
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,35736972
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,045
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



##### b. Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,892 <sup>a</sup>	,796	,792	1,371	1,838

a. Predictors: (Constant), pendapatan(X2), Reward(X1)

b. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

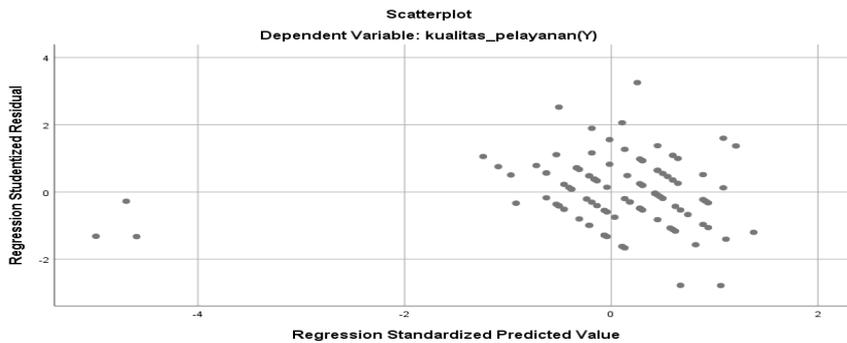
Lanjutan Lampiran 2

c. Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6,465	1,826		3,540	,001		
	Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948
	pendapatan(X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

d. Uji Heterokedastisitas



		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,331	1,145		,289	,773
	Reward(X1)	-,007	,037	-,028	-,199	,843
	pendapatan(X2)	,024	,034	,099	,703	,483

a. Dependent Variable: abs

## 5. Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	6,465	1,826		3,540	,001			
Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948	
pendapatan(X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948	

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

## 6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	6,465	1,826		3,540	,001			
Reward(X1)	,461	,058	,505	7,891	,000	,513	1,948	
pendapatan(X2)	,394	,054	,464	7,247	,000	,513	1,948	

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

b. Uji F

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,957	2	356,479	189,572	,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,403	97	1,880		
	Total	895,360	99			

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)

b. Predictors: (Constant), pendapatan(X2), Reward(X1)

Lanjutan Lampiran 2

c. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,892 <sup>a</sup>	,796	,792	1,371	1,838

a. Predictors: (Constant), pendapatan(X2), Reward(X1)

b. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan(Y)