PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA DI PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG PEMATANGSIANTAR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area

diajukan oleh:

WIDI AJENG LESTARI. Z
178600099

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT.TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar
Nama Mahasiswa	:	Widi Ajeng Lestari. Z
Nim	:	178600099
Bagian	:	Psikologi Industri dan Organisasi

Menyetujui

Komisi Pembimbing

Pembimbing

(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

Mengetahui

Kepala Bagian

(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Dekan Psikologi

(Hasanuddin, Ph.D)

07 April 2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA DI PT.TASPEN(PERSERO) KANTOR CABANG PEMATANGSIANTAR

Dipersiapkan dan disusun oleh
Widi Ajeng Lestari. Z
178600099
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 07 April 2022
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing	Ketua
(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)	(Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi)
Sekretaris	**Penguji Tamu**
(Ira Kesuma Dewi, S.Psi, M.Psi)	(Istiana, S.Psi, M.Psi)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Tanggal 07 April 2022

Kepala Bagian

(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

(Hasanuddin, Ph.D)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiat dalam skripsi ini.

Medan, April 2022

Widi Ajeng Lestari. Z

(178600099)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Widi Ajeng Lestari. Z
NPM	: 178600099
Program Studi	: Psikologi
Fakultas	: Psikologi
Jenis karya	: Tugas Akhir/Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, April 2022

Peneliti

Widi Ajeng Lestari. Z

(178600099)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Pribadi

Nama	: Widi Ajeng Lestari. Z
Tempat, tanggal lahir	: Pematangsiantar, 7 Mei 1999
Jenis kelamin	: Perempuan
Anak ke	: 3 (ketiga) dari 3 bersaudara
Agama	: Islam

II. Nama Orang Tua

Nama Ayah	: Zulkifli, S.H
Nama Ibu	: Juarmiaty

III. Riwayat Pendidikan

SD Perguruan Sultan Agung	(Tahun lulus 2011)
SMP Perguruan Sultan Agung	(Tahun lulus 2014)
SMA Perguruan Sultan Agung	(Tahun lulus 2017)
Universitas Medan Area Fakultas Psikologi	(Sekarang)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan anugerah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun judul dari penelitian ini adalah **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar".** Skripsi ini disusun dengan maksud tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidak mungkin dapat berhasil dengan baik. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang penulis tempuh. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA, selaku Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdhan, M.Eng. Msc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

4. Bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi, selaku Kepala Jurusan Psikologi Industri & Organisasi.
5. Bapak Syafrizaldi, S.Psi., M.Psi, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi kepada penulis.
6. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi, selaku Ketua saat sidang / meja hijau yang telah memberikan arahan dan masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi kepada penulis.
7. Ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, M.Psi, selaku Penguji saat sidang / meja hijau yang telah memberikan arahan dan masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi kepada penulis.
8. Ibu Ira Kesuma Dewi, S.Psi, M.Psi, selaku Sekretaris saat sidang / meja hijau yang telah memberikan arahan dan masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu, nasehat dan bimbingan selama penulis menempuh perkuliahan.
10. Para staff tata usaha Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang turut memperlancar proses penyelesaian kuliah dan penelitian skripsi.
11. Bapak Kepala Cabang PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan segenap karyawan serta peserta pensiun PT. TASPEN (Persero) Kantor

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Cabang Pematangsiantar yang telah membantu serta memberikan kemudahan dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi ini.

12. Orang tua tercinta yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga makalah ini dapat selesai.
13. Saudara – saudara saya tercinta juga anggota keluarga dan kerabat yang senatiasa memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis.
14. Sahabat dan rekan seperjuangan tercinta yang tiada henti memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
15. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan makalah ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan serta banyak kekurangannya, baik dari segi tata bahasa maupun materi yang terkandung di dalamnya. Selain itu juga dalam hal pengkonsolidasian kepada dosen serta teman-teman sekalian, yang kadangkala hanya menuruti egoisme pribadi, untuk itu besar harapan penulis jika ada kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dimasa mendatang.

Demikianlah kata pengantar ini, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi setiap orang yang membacanya.

Medan, April 2022

Penulis

Widi Ajeng Lestari Z

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar

Oleh:

Widi Ajeng Lestari. Z

178600099

ABSTRAK

Kepuasaan konsumen menjadi orientasi utama dalam suatu perusahaan. Dimana perusahaan berusaha melakukan segala hal agar konsumen bisa merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar. Sebelum di lakukannya penelitian, dilakukan terlebih dahulu try out kepada 30 orang. Populasi pada penelitian ini adalah para peserta TASPEN yang mengurus pensiun dengan sampel sebanyak 70 orang menggunakan *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pemberian angket *(Quesioner)* yang diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas dan analisis deskriptif. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta pada PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar. Hasil penelitian diperoleh yaitu nilai t_{hitung} 15,623 > t_{tabel} 1,99547 signifikasi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan peserta (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Peserta

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

The Effect of Service Quality on Participant Satisfaction At PT. TASPEN (Persero) Pematangsiantar Branch Office

By :

Widi Ajeng Lestari. Z

178600099

ABSTRACT

Customer satisfaction is the main orientation in a company. Where the company tries to do everything so that consumers can feel the satisfaction of the services provided by the company. This study aims to see how much influence service quality has on participant satisfaction at PT. TASPEN (Persero) Pematangsiantar Branch Office. Before doing the research, first try out to 30 people. The population in this study were TASPEN participants who took care of retirement with a sample of 70 people using Accidental Sampling. The data collection technique was carried out by giving a questionnaire (Questionnaire) which was tested for validity and reliability. The data analysis technique used normality test and descriptive analysis. Service quality has a significant effect on participant satisfaction at PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar. The results obtained that the value of tcount 15.623 > t table 1.99547 significance of 0.000 <0.05. So it can be concluded that there is a significant influence between service quality (X) on participant satisfaction (Y).

Keywords : Service quality and Participant Satisfaction

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **i**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **iv**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR TABEL ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah **1**

B. Identifikasi Masalah **6**

C. Batasan Masalah **6**

D. Rumusan Masalah **7**

E. Tujuan Penulisan **7**

F. Manfaat Penelitian **7**

1. Teoritis **7**

2. Praktis **7**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsumen 9

1. Pengertian konsumen 9

2. Peranan konsumen 10

3. Tipe konsumen 12

B. Kepuasan Konsumen 20

1. Pengertian kepuasan 20

2. Pengertian kepuasan konsumen 21

3. Pengukuran kepuasan konsumen 25

4. Aspek kepuasan konsumen 26

5. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen 29

6. Manfaat pengukuran kepuasan konsumen 32

C. Kualitas Pelayanan 33

1. Pengertian kualitas 33

2. Pengertian pelayanan 34

3. Pengertian kualitas pelayanan 37

4. Aspek kualitas pelayanan 38

5. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan 42

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta 44

E. Kerangka Konseptual 47

F. Hipotesis 47

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian 48

B. Identifikasi Variabel Penelitian 48

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 49

1. Kualitas pelayanan 49

2. Kepuasan peserta 49

D. Populasi dan Sampel Penelitian 50

1. Populasi 50

2. Sampel 50

E. Metode Pengumpulan Data 52

F. *Try Out* / Uji Coba Angket 56

G. Validitas dan Reliabilitas Penelitian 57

1. Uji validitas 57

2. Uji reliabilitas 58

H. Metode Analisis Data 58

1. Uji normalitas 58

2. Analisis deskriptif 59

I. Pengujian Hipotesis 60

1. Uji regresi linier sederhana 60

2. Uji statistik t (*uji t parsial*) 60

3. Koefisien determinasi (*r square*) 61

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancah Penelitian 63

B. Persiapan Penelitian 65

1. Persiapan administrasi 65

2. Persipan alat ukur penelitian 65

C. Pelaksanaan Penelitian 69

D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 70

1. Skala kualitas pelayanan 70

2. Skala kepuasan pesesrta 71

E. Analisis Data dan Hasil Penelitian 72

1. Uji normalitas 72

2. Pengujian hipotesis 73

a. Uji regresi linear sederhana 73

b. Uji statistic t (*uji t parsial)* 74

c. Koefisien determinasi (r square) 75

F. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik 76

1. Mean hipotetik 76

2. Mean empirik 76

3. Kriteria 76

G. Pembahasan 77

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB V

SIMPULAN & SARAN

A. Keismpulan 81

B. Saran 81

Daftar Pustaka 83

Lampiran 86

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka konseptual.....47

Gambar 4.1. Struktur organisasi PT. TASPEN (Persero)

Kc. Pematangsiantar 64

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Blueprint skala kualitas pelayanan 53

Tabel 3.2. Blueprint skala kepuasan konsumen 55

Tabel 4.1. Distribusi aitem skala kualitas pelayanan uji coba 67

Tabel 4.2. Distribusi aitem skala kepuasan peserta uji coba 69

Tabel 4.3. Distribusi aitem skala kualitas pelayanan penelian 70

Tabel 4.4. Distribusi aitem skala kepuasan peserta penelitian 71

Tabel 4.5. Hasil uji normalitas 72

Tabel 4.6. Hasil persamaan regresi linier sederhana 73

Tabel 4.7. Hasil analisis Uji t 74

Tabel 4.8. Hasil analisis koefisien determinasi 75

Tabel 4.9. Rangkuman hasil perhitungan nilai rata – rata hipotetik dan nilai rata – rata empirik 77

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 aitem uji coba / *try out* 87

Lampiran 2 kuesioner penelitian 92

Lampiran 3 data responden 96

Lampiran 4 hasil uji validitas skala kualitas pelayanan *try out* 102

Lampiran 5 hasil uji validitas skala kepuasan peserta *try out* 108

Lampiran 6 hasil uji reliabilitas *try out* 112

Lampiran 7 hasil uji validitas skala kualitas peserta penelitian 113

Lampiran 8 hasil uji validitas skala kepuasan peserta penelitian 115

Lampiran 9 hasil uji reliabilitas penelitian 117

Lampiran 10 hasil uji normalitas 118

Lampiran 11 hasil uji analisis deskriptif 118

Lampiran 12 hasil uji regresi linier sederhana 119

Lampiran 13 surat izin penelitian 120

Lampiran 14 surat selesai penelitian 121

Lampiran 15 dokumentasi 122

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman era globalisasi sekarang, banyak persaingan yang terjadi baik itu dalam usaha/bisnis maupun instansi pemerintahan (BUMN maupun BUMD) khususnya pada bidang pelayanan. Banyaknya persaingan yang terjadi menuntut suatu perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya guna memuaskan kepuasan konsumen. Kepuasaan konsumen menjadi orientasi utama dalam suatu perusahaan. Dimana perusahaan berusaha melakukan segala hal agar konsumen merasa puas dilayani oleh perusahaan tersebut, agar konsumen bisa mendapatkan pelayanan yang terbaik dari karyawan perusahaan tersebut. Bahkan setiap perusahaan memasang standart pelayanan yang harus dilakukan oleh karyawaan untuk konsumennya. Standart itu dibuat oleh perusahaan untuk dilakukan oleh setiap karyawan guna melayani konsumen, agar konsumen bisa merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Oliver (dalam Supranto, 2007) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Kepuasan konsumen berdampak signifikan pada sejumlah aspek. Aspek yang pertama adalah niat beli ulang dimana pelanggan yang puas cenderung berminat melakukan pembelian ulang produk / jasa yang sama, berbelanja di tempat yang sama, dan / atau menggunakan penyedia jasa yang sama lagi dikemudian hari. Aspek kedua yang berpengaruh adalah loyalitas konsumen. Dimana apabila konsumen puas maka konsumenn tersebut tidak gampang dibujuk oleh pesaing untuk beralih pemasok; lebih bersedia membayar harga premium (harga yang lebih mahal); lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan perusahaan; dan seterusnya. Aspek ketiga yang dipengaruhi kepuasan pelanggan adalah perilaku komplain dimana pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain dan sebaliknya jika konsumen tidak puas kemungkinan konsumen tersebut melakukan komplain. Aspek lain yang dipengaruhi adalah gethok tular positif. Kepuasan konsumen berdampak positif pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau perushaan kepada orang lain (gethok tular positif). Sebaliknya, konsumen yang tidak puas berpotensi menyampaikan pengalaman negatifnya kepada orang lain. Bila ini terjadi, dampaknya buruk bagi reputasi perusahaan dan kelangsungan bisnis. (Tjiptono & Diana, 2020)

Menurut Riyan Afriyansah (dalam Permana, 2019) dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan penilaian secara obyektif. Yaitu jika kualitas pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen baik, maka akan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

membuat konsumen beranggapan pelaku usaha telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) istilah pelayanan berasal dari kata "layan" yang diartikan sebagai perihal / cara melayani, servis jasa, dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang / jasa. (dalam Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Sianipar mengemukakan pengertian pelayanan sebagai berikut : (a) cara melayani, menyiapkan atau menjamin keperluan atau kebutuhan seseorang atau kelompok orang; (b) meladeni atau membantu mengurus keperluan atau kebutuhan seseorang sejak diajukan permintaan sampai penyampaian atau penyerahannya. (dalam Mukarom & Laksana, 2019)

Menurut Lewis dan Booms (dalam Hasanah, 2019) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan konsumen sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dan ekspektasi.

PT. TASPEN (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Millik Negara Indonesia yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiunan. Saat ini PT. TASPEN (Persero) sudah memiliki total 57 Kantor

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Cabang yang tersebar di Seluruh Indonesia. Sebagai instansi pelayanan publik, TASPEN berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan layanan bagi ASN dan Pejabat Negara melalui berbagai macam inovasi yang telah memperoleh sertifikasi ISO 9001: 2015. Oleh kerena itu, TASPEN memiliki citra yang baik dimasyarakat.

Didapatkan beberapa fenomena mengenai kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) KC Pematangsiantar. Dimana peneliti melihat peserta membutuhkan waktu yang cukup lama menunggu di dalam antrian. Dikarenakan kurangnya staff pelayanan yang melayani para peserta dimana hanya terdiri dari 2 orang staff pelayanan. Selain itu staff - staff tersebut juga membutuhkan waktu lama untuk memproses pengajuan klaim seorang peserta. Staff juga melakukan kelalaian saat melakukan pekerjaan melayani peserta dimana staff akan saling berbincang satu sama lain atau pun staff tidak tersedia saat jam pelayanan berlangsung.

Didapatkan juga beberapa peserta yang merasa tidak puas atau kurang puas yang didapatkan dari kotak saran yang disediakan oleh pihak PT. TASPEN (Persero). Peneliti juga melakukan wawancara kepada tiga peserta yang peneliti jumpai dimana peserta tersebut mengisi kotak saran yang disediakan. Peserta pertama mengatakan dia mengisi kotak saran tersebut karena merasa kurang puas. Dimana pengajuan klaim yang diajukannya ditolak karena tidak sesuai dengan syarat yang diminta sedangkan dia mengetahuinya langsung dari mitra TASPEN. Walaupun pihak TASPEN menanggapinya dengan baik, peserta tersebut tetap merasa kurang puas karena dia harus meluangkan waktu kembali untuk mengajukan klaim dengan syarat yang dibutuhkan. Sedangkan peserta kedua

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

mengisi kotak saran karena merasa tidak puas. Apa yang diketahuinya mengenai TASPEN dimana akan mempermudah pengajuan klaim berbeda dengan yang ia rasakan. Dimana pengajuan klaimnya ditolak karena tidak sesuai dengan syarat yang diminta oleh pihak TASPEN. Peserta meminta pihak TASPEN untuk memproses terlebih dahulu dan syarat yang kurang akan dilengkapinya nanti. Namun pihak TASPEN meminta maaf atas ketidaknyamanannya dan tidak bisa memproses klaim tersebut. Peserta merasa tidak puas karena harus kembali lagi dengan syarat yang dibutuhkan. Sedangkan peserta ketiga merasa tidak puas karena harus menuggu lama untuk mengurus pengajuan klaim tersebut. Dimana banyak peserta yang sudah menunggu, namun pelayanan yang tersedia hanya sedikit. Sehingga waktu menunggu lebih lama dari pada waktu mengajukan klaim tersebut. Membuat peserta tersebut merasa membuang banyak waktu hanya untuk menunggu.

Para peserta yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para pensiunan ASN dan pejabat Negara yang mengajukan klaim pensiunnya sendiri. Ataupun keluarga dari ASN dan pejabat Negara yang datang untuk mengurus pensiunan janda/duda serta pensiunan yatim piatu ataupun uang duka (askem). Dimana para peserta datang secara langsung ke kantor PT. TASPEN (Persero) KC. Pematangsantar untuk mengurus pengajuan klaim tersebut.

Berdasarkan hal ini penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar"

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat mengambil kesimpulan identifikasi masalahnya adalah ketidakpuasan para peserta dalam mengurus keperluan penisunnya baik itu pensiun sendiri maupun yang lainnya. Peserta tidak puas dengan pelayanan TASPEN yang tidak menindaklanjuti / memproses keperluannya karena adanya kekurangan berkas / syarat. Para peserta berharap bisa ditindaklanjuti/diproses walaupun kekurangan berkas, dan kekurangannya akan diberikan setelah diproses. Para peserta merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak TASPEN dalam menghadapi komplain dan keluhan peserta dimana pihak TASPEN kurang cepat menanggapi. Kepuasan peserta sendiri penting bagi pihak TASPEN karena kepuasan peserta dapat mempengaruhi gethok tular positif. Dimana apabila peserta merasa tidak puas, maka peserta tersebut akan menginformasikan pengalamannya kepada orang lain. Sehingga akan merusak nama baik TASPEN dimana PT.TASPEN (Persero) memiliki nama baik di kalangan masyarakat umum

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar. Peneliti melakukan penelitian pada bidang pelayanan di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar. Dimana sampel pada penelitian ini dibatasi kepada peserta TASPEN yang merupakan para pensiunan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

ASN dan pejabat Negara ataupun keluarga yang ingin mengajukan klaim yang datang secara langsung ke kantor PT. TASPEN (Persero) KC. Pematangsiantar

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil suatu rumusan masalah yakni: "Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar"?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, peneliti ingin melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Teoritis

Dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dan dapat menjadi bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi.

2. Praktis

Diharapkan dapat memberikan gambaran secara umum kepada masyarakat mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Peserta Di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar". Sehingga pihak TASPEN dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dan dapat mengatasi persoalan yang dihadapi tentang kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsumen

1. Pengertian konsumen

Black's Law Dictionary mendefinisikan konsumen sebagai berikut "*a person who buys goods or service for personal, family, or household use, with no intention or resale; a natural person who use products for personal rather than business purpose*". Artinya bahwa konsumen adalah orang yang membeli barang atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, dengan tidak ada niat diperdagangakan atau dijual kembali; orang pribadi yang menggunakan produk untuk pribadi daripada tujuan bisnis.

Menurut Sri Handayani (2012) konsumen (sebagai alih bahasa dari consumen), secara harfiah berarti" seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa" atau "seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" juga "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediakan atau sejumlah barang", ada pula yang memberikan arti lain yaitu konsumen adalah "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara".

Dalam UUD No.8 Tahun 1999; L.N. Tahun 1999 No.42 dijelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dimana

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disumpulkan bahwa konsumen adalah sesorang yang membeli barang tertentu ataupun menggunakan jasa tertentu untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain ataupun rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan atau dijual kembali (tujuan bisnis).

Pada PT. TASPEN (Persero) diketahui bahwa konsumen atau pun pengguna jasa dari PT. TASPEN (Persero) sendiri yang terdiri dari pensiunan ASN (Aparatur Sipil Negara) dan Pejabat Negara disebut sebagai peserta.

2. Peranan konsumen

Menurut Fandi Tjiptono (Tjiptono & Diana, 2020) peranan konsumen terdiri atas hal-hal sebagai berikut:

a. *User*, adalah orang yang benar-benar (secara aktual) mengkonsumsi atau menggunakan produk atau mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.
b. *Payer*, adalah orang yang mendanai atau membiayai pembelian.
c. *Buyer*, adalah oran yang berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Masing-masing peranan diatas bisa dilakukan oleh satu orang, bisa pula oleh individu yang berbeda. Jadi, sesorang bisa menjadi user, sekaligus payer, dan buyer. Selain itu, bisa juga individu A menjadi payer, B menjadi user, dan C menjadi buyer. Itu semua tergantung kepada konteks atau situasi pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Sopian, 2017) peranan konsumen ada tujuh, diantaranya :

a. *Initiator, user or others in the organization who request that something be purchased*. Artinya pencetus adalah orang yang mengusulkan atau meminta untuk membeli suau barang atau jasa.
b. *Users, those who will use the product or service. In many cases, the users initiate the buying proposal and help define the product requirement.* Artinya pengguna adalah mereka yang akan menggunakan produk atau jasa. Dari berbagai kasus, pengguna memulai usulan pembelian dan membantu menentukan persyaratan produk.
c. *Influencers, people who influence the buying decision.* Artinya pemberi pengaruh adalah orang yang mempengaruhi keputusan pembelian.
d. *Decider, people who decide in product requirements or on suppliers*. Artinya pengambil keputusan adalah orang yang menentukan apakah membeli atau tidak.
e. *Approvers, people who authorize the proposed of deciders or buyers.* Artinya pemberi pesetujuan adalah orang – orang yang mempunyai

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

wewenang untuk menghalangi penjual sehingga informasi tidak tersampaikan.

f. *Buyers, people who have formal authority to select the supplier and arrange the purchase terms.* Artinya pembeli adalah orang memiliki wewenang resmi untuk memilih pemasok.

g. *Gate Keepers, people who have the power to prevent sellers or information from reaching members of the buying center.* Artinya penjaga gerbang adalah orang – orang yang memiliki kekuasaan untuk menghalangi pembeli sehingga tidak dapat menjangkau pusat pembelian.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disumpulkan bahwa setiap konsumen memiliki peran masing masing dalam membuat keputusan. Peranan konsumen tersebut antara lain *initiator, users, influencers, decider, approvers, payer, buyers, dan gate keepers.*

3. Tipe konsumen

Menurut Fandi Tjiptono (Tjiptono & Diana, 2020) tipe konsumen terdiri atas hal-hal sebagai berikut:

a. Konsumen akhir atau konsumen rumah tangga, yaitu konsumen yang melakukan pembelian untuk kepentingan dirinya sendiri, kepentingan keluarganya, atau keperluan hadiah / pemberian bagi teman maupun saudara, tanpa bermaksud untuk memperjual-belikannya. Dengan kata lain, pembelian dilakukan semata-mata untuk keperluan konsumsi pribadi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

b. Konsumen bisnis (disebut pula konsumen organisasional, konsumen industrial, konsumen institusional atau konsumen antara) adalah jenis konsumen yang melakukan pembelian untuk keperluan pemrosesan lebih lanjut, kemudian dijual (produsen), disewakan kepada pihak lain, dijual kepada pihak lain (pedagang), digunakan untuk keperluan layanan sosial dan kepentingan public (pasar pemerintah dan organisasi). Dengan demikian, tipe konsumen ini meliputi organisasi bisnis maupun organisasi nirlaba (seperti rumah sakit, sekolah, instansi, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan sebagainya).

Menurut Ernest Kretschmer (dalam Isa, 2017) berdasarkan bentuk tubuhnya konsumen dapat dikategorikan menjadi tiga tipe yaitu :

a. Konsumen tipe piknis menunjukkan bentuk badan bulat, anggota badan pada umumnya agak pendek, dan wajahnya bulat lebar. Karakter tipe piknis ada yang menunjukkan sifat peramah dan suka berbicara, tenang, dan suka humor; adapula yang sifatnya pendiam, baik hati, serta yang bersifat praktis energetik
b. Konsumen tipe leptosom menunjukkan bentuk tubuh agak kecil dan lemah, bahu tanpak kecil, leher dan anggota badan menunjukkan kesan kurus panjang. Karakter tipe leptosom ada yang menunjukkan orang angkuh, orang idealis.
c. Konsumen tipe atletis menunjukkan bentuk badan kokoh, pundak tampak lebar, dan pinggul berisi. Anggota badannya cukup panjang, badan berotot dan kekar. Wajahnya bulat telur atau lonjong. Karakternya

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

menunjukkan sikap banyak gerak, tetapi penampilannya kalem, jarang humor, dan mempunyai sifat tidak lekas percaya dan kaku.

Menurut Johnstone seorang psikolog Inggris (dalam Isa, 2017) tipe konsumen dapat dikategorikan sebagai berikut: :

a. Konsumen pria

Konsumen pria mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Mudah terpengaruh bujukan penjual.
- Sering tertipu karena tidak sabaran untuk memilih dulu sebelum membeli.
- Punya perasaan kurang enak jika memasuki toko tanpa membeli sesuatu.
- Kurang begitu minat untuk berbelanja sehingga sering terburu-buru mengambil keputusan membeli.
- Mudah dipengaruhi oleh nasihat baik, argumentasi yang objektif.

b. Konsumen wanita

Konsumen wanita mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Tidak mudah terbawa arus atau bujukan penjual.
- Lebih banyak tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada kegunaannya, karena wanita lebih perasaan daripada pria.
- Juga lebih banyak tertarik pada “gejala mode”, terutama pada remaja putri, dan bahkan belakangan ini remaja putra pun mulai tertarik.
- Mementingkan status sosial, dalam hal ini wanita jauh lebih peka.
- Menyenangi hal-hal yang romantis daripada yang objektif.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

- Mudah meminta pandangan, pendapat, ataupun nasihat dari orang lain.
- Kurang begitu tertarik pada hal-hal teknis dari barang yang akan dibelinya.
- Senang berbelanja sehingga sering kali sukar untuk cepat menentukan barang mana yang akan dibelinya.
- Cepat merasakan suasana toko.

c. Konsumen remaja

Konsumen remaja mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual.
- Mudah terbujuk iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus.
- Tidak berpikir hemat.
- Kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk.

d. Konsumen lanjut usia

Konsumen lanjut usia mempunyai ciriciri sebagai berikut:

- Umumnya kelompok ini memiliki pola berpikir yang sesuai dengan pengalaman hidupnya.
- Tidak bisa mengikuti perputaran zaman sehingga sering menanyakan barang-barang yang sudah tidak diproduksi lagi.
- Tidak terburu-buru dalam membeli barang, bahkan senang berbincang-bincang dulu dengan penjualnya.
- Kehidupan sekarang dirasakannya amat tidak menyenangkan sebab zaman sekarang adalah zaman tergesa-gesa.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

- Bersikap tenang dan ramah, terutama kaum wanitanya cenderung untuk menunjukkan rasa keibuannya kepada yang lebih muda.

e. Konsumen pendiam

Konsumen pendiam sulit untuk dihadapi sebab penjual tidak mempunyai pegangan untuk dapat mulai mencoba mengadakan percakapan disebabkan oleh :

- Adanya rasa malu sehingga pembeli tidak memiliki keberanian untuk menyatakan pendapatnya dengan jelas.
- Adakalanya pembeli tidak mau atau segan berbicara karena sedang memikirkan sesuatu, mungkin sedang berpikir tentang untung dan ruginya jika ia membeli barang ini atau sedang memikirkan harganya.
- Biasanya jika pembeli tidak memusatkan pikirannya pada suatu barang, sering dapat menunjukkan kesangugup, ia mencoba untuk mencari sesuatu yang ia sendiri tidak tahu sehingga sebelum pelayanan selesai menerangkan suatu barang, perhatian langganan sudah beralih lagi kepada barang lain tanpa ia dapat memberikan komentar terlebih dahulu.
- Kurang kemampuan berbicara yang mungkin dapat disebabkan oleh adanya kerusakan organis atau kelainan psikis.

f. Konsumen suka berbicara

Ciri seorang pembeli yang suka berbicara ini amat mudah diketahui. Ia masuk ke toko sambil berbicara bahkan seringkali berbicara 1001

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

macam masalah tanpa menyinggung tujuannya memasuki toko sehingga seringkali objek pembicaraan menjadi "rancu" tanpa batas.

g. Konsumen yang gugup

Biasanya konsumen yang gugup berbicara dengan singkat, malu, dan suka tidak percaya diri. Untuk menghadapinya harus berusaha tampil setenang mungkin.

h. Konsumen ragu – ragu

Keraguan konsumen biasanya disebabkan oleh :

- Pendidikan yang salah. Jika sejak kecilnya seseoarang tidak pernah dilatih untuk menccoba memutuskansesuatu dan bertanggung jawab dengan segala resiko dari keputusan yang telah diambilnya, maka otomatis orang tersebut menjadi peragu serta senantiasa takut untuk memutuskan sesuatu.
- Kondisi keuangan yang kurang memungkinkan secara cepat memutuskan sesuatu sehingga pembeli harus berpikir duakali sebelum memutuskan.
- Barang yang akan dibeli adalah untuk orang lain, dan pembeli harus lebih berhati-hati agar tidak salah beli.

i. Konsumen pembantah

Konsumen senantiasa membantah segala sesuatu yang diungkapkan oleh orang lain. Jika memasuki toko suka membuat gaduh suasana, mengganggu pelayanan dan sebagainya. Orang demikian beranggapan

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

bahwa dirinya adalah yang paling pandai, dan senantiasa segan mendengarkan argumen orang lain tentang suatu jenis barang

j. Konsumen pendatang

Konsumen pendatamg membutuhkan banyak waktu untuk berbelanja dengan tenang. Konsumen pendatang juga mengharapkan perhatian penuh dari pelayan – pelayan toko.

k. Konsumen sadar

Konsumen sadar adalah konsumen yang yakin terhadap dirinya sendiri dan sudah mengetahui sebelumnya apa yang akan dibelinya. Biasanya dengan penuh keyakinan mereka melangkah memasuki toko, lalu menyatakan keperluannya dalam ringkas dan jelas serta tidak akan banyak membuat waktu dalam menentukan barang apa yang akan dibelinya.

l. Konsumen curiga

Pembeli yang curiga adalah pembeli yang selalu mencari kesalahan dari pada barang-barang yang akan dibelinya atau kesalahan dari penjelasan-penjelasan yang dikemukakan oleh pelayan toko. Mereka umumnya adalah orang yang tidak tenang dan selalu merasa curiga akan diperas atau ditipu. Penyebab kecurigaan itu adalah:

- Pernah mengalami salah beli pada waktu lampau.
- Memang memiliki karakter yang selalu merasa curiga terhadap dan apa yang dijumpainya.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

m. Konsumen angkuh

Hal ini diperhatikannya dalam tingkah lakunya seperti kesenangan membuai dan mereka tidak memiliki sikap lain, kecuali keangkuhan. Biasanya sikap ini timbul sebagai kompensasi dari adanya"rasa rendah diri" yang parah sehingga mereka senantiasa berusaha memberikan kesan tertentu terhadap lingkungannya.

n. Konsumen lainnya

Meliputi seorang anaksebagai pembeli (anak datang sendiri, anak mengantarkan orang tuanya, orang tua mengantarkan anak) pasangan yang bertunangan, pembeli yang diantar dan wanita hamil.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat dua tipe konsumen berdasarkan kepentingan pembelian yaitu konsumen akhir dan konsumen bisnis. Berdasarkan bentuk tubuh tipe konsumen dapat dibagai menjadi tiga yaitu konsumen tipe piknis, konsumen tipe leptosom dan konsumen tipe atletis. Sedangkan menurut seorang psikolog Inggris bernama Johnstone konsumen terdapat beberapa tipe yaitu konsumen pria, konsumen wanita, konsumen remaja, konsumen lanjut usia, konsumen pendiam, konsumen suka bicara, konsumen penggugup, konsumen ragu – ragu, konsumen pembantah, konsumen pendatang, konsumen sadar, konsumen curiga, konsumen angkuh, dan konsumen laiinya (seorang anak, pasangan yang bertunanagan, pembeli yang diantar, dan wanita hamil).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian kepuasan

Menurut Tjiptono (dalam Dailiati, 2018), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan dan kinerja. Kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (dalam Septiana, 2015) kata kepuasan berasal dari kata "puas" yaitu merasa senang, gembira, lega karena sudah terpenuhi hasrat hatinya, jadi kata kepuasan adalah perihal yang bersifat puas, kesenangan, keleluasaan atau kelegaan. Kepuasan menurut Kamus Lengkap Psikologi (dalam Septiana, 2015) adalah suatu keadaan kesenangan dan kesejahteraan, disebabkan karena orang telah mencapai satu tujuan atau kesenangan. Suatu perasaan yang menyertai seseorang setelah ia memuaskan rasa lapar atau suatu motif.

Menurut Lovelock dan Wirtz (dalam Dailiati, 2018) "Kepusan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atas keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Kunci untuk menghasilkan kesetian konsumen adalah memberikan nilai konsumen yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan kepuasan adalah suatu keadaan dimana seseorang merasa senang atau gembira berdasarkana pengalaman yang didapatkan apakah sesuai atau tidak dengan yang diharapkan.

2. Pengertian kepuasan konsumen

Wilkie (dalam Permana, 2019), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan. Pengalaman konsumsi tentunya akan dapat lebih mendeskripsikan berbagai informasi produk dalam sentuhan-sentuhan yang lebih personal dan manusiawi.

Menurut Tjiptono (dalam Widiana, Hidayati, & Karsam, 2019) berdasarkan perspektif psikologi terdapat beberapa teori yaitu :

a. *Cognitive dissonance theory*

Dalam model ini, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai "evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan". Apabila kinerja produk lebih buruk dibandingkan harapan pelanggan, maka situasinya adalah *negative disconfirmation*. Jika kinerja produk lebih bagus daripada harapan pelanggan, maka situasinya disebut *positive disconfirmation*. Sedangkan jika kinerja sama persis atau sesuai dengan harapan, situasinya dinamakan *simple confirmation*.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

b. *Contrast theory*

Berdasarkan model ini, konsumen memperbesar perbedaan antara ekspetasi dan kinerja produk/jasa. Apabila kinerja produk melampaui ekspetasi, konsumen akan sangat puas; Namun jika kinerja produk dibawah ekspektasi, ia akan sangat tidak puas. Hal ini menyiratkan bahwa konsumen sangat sensitif terhadap ekspektasi yang tidak terpenuhi dan bisa bereaksi secara berlebihan.

c. *Assimilation – contrast theory*

Konsumen mungkin menerima penyimpangan atau perbedaan dari harapannya dalam batas tertentu (*zone of acceptance*). Menjelaskan kepuasan pelanggan dengan memakai dua teori sebelumnya (*cognitive dissonance theory* dan *contrast theory*). Apabila produk atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kinerja produk/jasa tersebut akan diasimilasi/diterima dan produk/jasa bersangkutan akan dievaluasi secara positif (Dinilai memuaskan) dimana konsumen berperilaku sesuai dengan teori *cognitive dissonance,* yakni berusaha menekan kesenjangan atau perbedaan melalui perubahan persepsi. Akan tetapi, jika kinerja produk melampaui zone penerimaan konsumen, maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sedemikian rupa sehingga akan tampak lebih besar dari sesungguhnya dimana konsumen berperilaku sesuai dengan *contrast theory*, yakni akan membesar-besarkan perbedaan antara harapan dan kinerja produk.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

d. *Adaptation – level theory*

Menurut teori, individu hanya akan mempersepsikan stimulasi berdasarkan standar yang diadaptasinya. Standar tersebut tergantung pada persepsinya terhadap stimulus, konteks, serta karakteristik psikologis dan fisiologis organisme.

e. *Opponent – process theory*

Teori ini berusaha menjelaskan mengapa pengalaman konsumen yang pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kejadian atau kesempatan berikutnya. Dasar pemikirannya adalah pandangan bahwa organisme akan beradaptasi dengan stimuli di lingkungannnya, sehingga stimulasi berkurang intesitasnya sepanjang waktu.

f. *Equity theory*

Model tradisional *equity theory* (dikenal pula dengan istilah keadilan distribusi dalam literatur sosiologi) berusaha mengoperasionalisasikan prinsip utama "pertukaran" (*exchange*). *Rewards* yang didapatkan seseorang dari pertukarannya dengan orang lain harus proporsional dengan investasinya. Kepuasan terjadi bila rasio hasil dan input setiap pihak dalam pertukaran kurang lebih sama. Input meliputi informasi, usaha, uang, dan waktu yang digunakan untuk merealisasikan pertukaran, sedangkan hasil mencakup manfaat dan kewajiban yang didapat dari pertukaran. Hasil dapat berupa penghematan waktu, kinerja produk, atau kompensasi tertentu yang diterima.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Engel dkk (dalam Permana, 2019), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa sesuatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Penilaian memenuhi atau tidak memenuhi standar kepuasan konsumen tergantung dari pascakonsumsi.

Kristianto (dalam Permana, 2019) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk.

Menurut Kotler (dalam Kasmir, 2019) disebutkan kepuasan konsumen merupakan penilaian dari konsumen atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Dalam kenyataannya kepuasan dapat menghasilkan 3 kondisi yaitu; jika kenyataan yang ada lebih tinggi dari yang diharapkan oleh konsumen (P>E) maka konsumen akan merasa sangat puas, jika kenyataan yang ada sesuai dengan harapan yang dimiliki (P=E) maka konsumen akan merasa puas, sedangkan jika kenyataan yang ada lebih rendah dari apa yang diharapkan oleh konsumen (P<E) maka konsumen akan merasa tidak puas.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan atau penilaian dari konsumen terhadap pengalaman konsumsi suatu produk

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

ataupun pelayanan berdasarkan dengan yang diharapkan, ekspetasi, standart yang diadaptasai ataupun nilai pertukaran.

3. Pengukuran kepuasan konsumen

Dalam praktiknya untuk menentukan seberapa besar kepuasan konsumen atau nasabah terhadap suatu layanan yang diberikan dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Menurut Kotler (dalam Kasmir, 2019) pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu :

a. Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan konsumen atau nasabah dalm suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu, perlu adanya sistem keluhan dan usulan, dimana konsumen mengisi formulir keluhan dan memasukkan ke dalam kotak saran yang telah disediakan.

b. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen merupakan kegiatan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam suatu periode. Manajemen secara berkala perlu melakukan survei kepada konsumen, baik melakukan wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan tempat konsumen melakukan transaksi selama ini. Dengan adanya hal ini akan diketahui tingkat kepuasan konsumen, dimana titik lemah atau kekurangnnya.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

c. Konsumen samaran

Konsumen samaran merupakan karyawan perusahaan atau konsumen yang ditugaskan untuk menyamar guna memperoleh informasi tentang perusahaan pesaing. Penyamaran ini untuk melihat secara nyata kualitas pelayanan yang diberikan dan sebaiknya dilakukan beberapa kali dengan kasusu yang berbeda.

d. Analisis mantan konsumen

Artinya cara seperti ini dapat dilakukan dengan melihat catatan konsumen atau nasabah yang pernah menjadi konsumen tetapi sekarang tidak lagi (ke luar atau tidak pernah membeli lagi). Berguna untuk mengetahui sebab – sebab mengapa mereka tidak lagi menjadi konsumen kita. Usahakan menanyakan alasan mereka tidak lagi menjadi konsumen kita.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dengan menggunakan sistem keluhan dan usulan, menggunakan survei konsumen, menggunakan konsumen samaran ataupun mengalisis mantan pelanggan.

4. Aspek kepuasan konsumen

Menurut Wilkie (dalam Rahayu, 2019), menyatakan bahwa aspek – aspek dalam kepuasan konsumen diantaranya :

a. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merk dari barang atau jasa yang berbeda dengan orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation / disconfirmation.*

Menurut Primananda dan Setiawan (dalam Septiana, 2015) dalam penelitianya menghasilkan kesimpulan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pada pelanggan diantaranya adalah :

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a. Aspek fisik (*tangibels*)

Aspek fisik (*tangibels*) adalah aspek yang bersifat dapat dilihat dan diraba. Misalnya bangunan gedung, kebersihan temapt, penampilan karyawan.

b. Aspek kehandalan (*reliability*)

Aspek kehandalan atau reliability adalah sikap konsistensi kerja yang mencakup kemampuanya untuk dipercaya. Misalnya kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan.

c. Daya tanggap pelayanan

Daya tanggap pelayanan yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Misalnya kesediaan karyawan untuk membantu, cepat menyelesaikan masalah, cepat menangani keluhan.

d. Jaminan

e. Empati.

Sabarguna (dalam Rahayu, 2019) menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu :

a. Aspek kenyamanan

Meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.

b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan

Meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, *komunikatif, responsif, suportif*, dan cekatan dalam melayani konsumen.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

c. Aspek kompetensi teknis petugas

Meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.

d. Aspek biaya

Meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen

Berdasarkan aspek – aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, maka aspek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah aspek yang dikemukakan Wilkie (dalam Rahayu, 2019) yaitu *expectation, performance, comparison, confirmation / disconfirmation.* Aspek tersebut dipilih karena dirasa cukup sesuai dengan kondisi di lapangan pada PT. TASPEN (Persero) KC. Pematangsiantar sehingga dapat digunakan sebagai bahan dasar penyusunan alat ukur untuk mengungkap dan memahami tinggi rendahnya kepuasan konsumen di PT. TASPEN (Persero) KC. Pematangsiantar.

5. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Zethmal dan Bitner (Firmansyah, 2019) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

b. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
d. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
e. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Menurut Irawan (dalam Permana, 2019) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasankonsumen (konsumen), yaitu:

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan membarikan nilai tambah di benak konsumen.

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat konsumen merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Konsumen yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka konsumen atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

e. Kemudahan

Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antar lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, kemudahan, maupun faktor pribadi ataupun situasi.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

6. Manfaat pengukuran kepuasan konsumen

Menurut Gerson (dalam Galuh, 2016) manfaat pengukuran kepuasan konsumen, adalah :

a. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan.
b. Pengukuran bisa dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu yang semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat.
c. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana,terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberi pelayanan.
d. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya. Informasi ini juga bisa langsung datang dari pelanggan.
e. Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.

Menurut Kotler (dalam Karlina, 2018) pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan, yaitu :

a. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

b. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
c. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan harapan pelanggan.
d. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa manfaat melakukan pengukuran kepuasan konsumen adalah dapat menyebabkan orang memiliki rasa berprestasi, dasar menentukan standar kinerja dan stanndar prestasi, memberikan umpan balik kepada pelaksana, memberitahukan kelemahan dan kekurangan serta memotivasi untuk bersaingan secara positif.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian kualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas didefinisikan sebagai "Tingkat baik buruknya sesuatu". Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berada dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), dan estetika (*esthetics*). Sedangkan definisi strategi dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (*meeting the needs of costumers*). Oleh karenanya, kualitas disini merupakan proses atau upaya menjaga janji pelayanan agar pihak yang dilayani merasa puas. (dalam Mabrurah, 2017)

Menurut Kotler (dalam Hasanah, 2019) definisi kualitas adalah "seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat". Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen. Seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang dibeikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus.

Menurut Tjiptono (dalam Rahayu, 2019) kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkann bahwa kualitas adalah tingkat baik buruknya suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Pengertian pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) istilah pelayanan berasal dari kata "layan" yang diartikan sebagai perihal / cara melayani, servis jasa,

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang / jasa. (dalam Mukarom & Laksana,2019))

Sianipar mengemukakan pengertian pelayanan sebagai berikut : (a) cara melayani, menyiapkan atau menjamin keperluan atau kebutuhan seseorang atau kelompok orang; (b) meladeni atau membantu mengurus keperluan atau kebutuhan seseorang sejak diajukan permintaan sampai penyampaian atau penyerahannya. (dalam Mukarom & Laksana,2019)

Menurut Undang – Undang Negara Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat (1) Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundangundangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Mahmudi (dalam Sellang, Jamaluddin, & Mustanir, 2019) mengemukakan bahwa pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang – undangan. Dalam hal ini, yang dimaksud penyelenggara pelayanan publik adalah instansi pemerintah yang meliputi :

a. Satuan kerja / satuan organisasi kementrian;
b. Departemen;
c. Lembaga pemerintah non departemen;

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

d. Kesekretariatan lembaga tertinggi dan tinggi negara, misalnya; sekretariat dewan (setwan), sekretariat negara (setneg), dan sebagainya;
e. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
f. Badan Usaha Miliki Daerah (BUMD)
g. Instansi pemerintah lainnya, baik pusat maupun daerah termasuk

Menurut Kasmir (Kasmir, 2019) faktor – faktor yang memengaruhi pelayanan sebagai berikut :

a. Jumlah tenaga kerja
b. Kualitas tenaga kerja (pengetahuan dan keterampilan)
c. Motivasi karyawan
d. Kepemimpinan
e. Budaya organisasi
f. Kesejahteraan karyawan
g. Lingkugan kerja
h. Sarana dan prasarana yang digunakan
i. Teknologi yang digunakan
j. *Lay out* gedung dan ruangan
k. Kualitas produk
l. Serta faktor lainnya

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, menyiapkan atau menjamin keperluan atau kebutuhan seseorang atau kelompok yang berhubungan dengan jual beri barang / jasa. Faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan adalah jumlah tenaga kerja,

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

kualitas tenaga kerja, mmotivasi karyawan, kepemimpinan, budaya organisasi, kesejahteraan karyawan, lingkungan kerja, sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi yang digunkan, *lay out* gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain lain.

3. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen didefinisikan oleh Parasuraman (dalam Rahayu, 2019) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatupengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan berumutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superoritas suatu pelayanan. Yang didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yaitu, (1) kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi konsumen dibandingkan dengan kualitas barang, (2) persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual pelayanan, (3) evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan. (dalam Sudarso, 2016)

Menurut Lewis dan Booms (dalam Hasanah, 2019) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan konsumen sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dan ekspektasi.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai tidaknya dengan ekspetasi konsumen. Konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (bermutu). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

4. Aspek kualitas pelayanan

Aspek-aspek kualitas pelayanan dikemukakan oleh Parasuraman dkk (dalam Rahayu, 2019) adalah sebagai berikut :

a. Reliabilitas *(reliability)*

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

b. Daya Tanggap *(responssiveness)*

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

c. Jaminan *(assurance)*

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

d. Empati *(empathy)*

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang aman.

e. Bukti Fisik (*tangibles)*

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Menurut Tjiptono (dalam Rahayu, 2019) aspek-aspek kualitas pelayanan diantaranya:

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a. Bukti Langsung (*tangible)*

Tangible adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik). Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

b. Kehandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada pelanggan. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah dan harga. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. Responsivitas atau daya tanggap yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Beberapa contoh diantaranya: ketepatan waktu pelayanan, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan menyampaikan pelayanan secara tepat.

d. Jaminan *(assurances)*

Jaminan (*assurances*) yakni perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

e. Empati *(empathy)*

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan dan juga tersedia perhatian atau atensi untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

Berdasarkan aspek – aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, maka aspek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah aspek yang dikemukakan Parasuman dkk (dalam Rahayu, 2019) yaitu reliabilitas (*reliability)*, daya tanggap (*responsiveness)*, jaminan *(assurances*), empati (*empathy,)* bukti fisik (*tangibles*) yang sesuai dengan aspek kualitas pelayanan menurut Tjiptono (dalam Rahayu, 2019). Aspek tersebut dipilih karena dirasa cukup sesuai dengan kondisi di lapangan pada PT. TASPEN (Persero) KC. Pematangsiantar sehingga dapat digunakan sebagai bahan dasar penyusunan alat ukur untuk mengungkap dan memahami tinggi rendahnya kepuasan konsumen di PT. TASPEN(Persero) KC. Pematangsiantar.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

5. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Beach dan Bushirle (dalam Permana, 2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

a. Penampilan
b. Keahlian
c. Suara dan kebiasan di dalam berbicara
d. Tata cara dan tingkah laku

Sugiarto (dalam Permana, 2019) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain:

a. Memusatkan perhatian konsumen.

   Hal ini dilakukan dengan mendengarkan konsumen dengan penuh perhatian, menanggapi pembicaraan dengan dengan konsumen, dan menempatkan kepentingan konsumen pada nomor satu.

b. Memberikan pelayanan yang efisien.

   Adalah dimana pelayanan dilakukan dengan tuntas dan tidak bertele-tele, mempergunakan waktu seakurat mungkin.

c. Meningkatkan perasaan harga diri tamu.

   Meningkatkan perasaan harga diri tamu dapat dilakukan dengan mengenali kehadiran konsumen, memuji dengan tulus dan memberikan penghargaan kepada konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

d. Membina hubungan dengan konsumen.

Membina hubungan berarti menjaga hubungan baik dengan konsumen. Bisa dengan mendengarkan apa yang disampaikan oleh konsumen, kemudian menunjukkan simpati kepada konsumen.

e. Memberikan penjelasan dan keterangan.

Adalah ketika jasa pelayanan memberikan secara baik dan benar kepada konsumen.

f. Menentukan apa yang diinginkan konsumen.

Dapat dilakukan dengan cara menanyakan kembali apa yang diinginkan konsumen dan menarik inti dari apa yang dikatakan.

g. Memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang dapat diberikan perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah bagaimana cara memuaskan perhatian konsumen, cara memberikan pelayanan yang efisien, cara menigkatkan perasaan harga diri tamu atau konsumen, cara membina hubungan, cara memberikan penjelasan dan keterangan kepada konsumen, cara menentukan keinginan konsumen serta bagaimana cara memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta

Kepuasan konsumen merupakan fokus perhatian hampir semua perusahaan, hal ini disebabkan semakin banyak pemahaman pelangggan atas konsep kepuasan konsumen sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap banyak aspek. Aspek tersebut yaitu niat beli ulang konsumen, keloyalitasan konsumen, komplain, dan gethok tular positif.

Apabila konsumen merasa puas maka konsumen berminat melakukan pembelian produk / jasa yang sama, berbelanja ditempat yang sama atau menggunakan penyedia jasa yang sama dikemudian hari. Konsumen juga tidak akan mudah untuk beralih ke pesaing jika merasa puas. Selain itu konsumen yang puas tidak akan melakukan komplain bahkan bersedia untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (gethok tular positif). Kemampuan perusahaan untuk menyediakan kualiatas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan kualitas yang baik maka kepuasan konsumen akan tercapai.

Menurut Tjiptono, (dalam Mardizal, 2016) menyebutkan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak akan berpaling pada perusahaan lain. Unsur-unsur yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah a). kecepatan, waktu yang digunakan dalam melayani konsumen minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan perusahaan. b). ketepatan, kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan, c). keamanan, dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasanya. d). keramahan, dalam melayani para pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. c). kenyamanan, rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya, dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Sudarso, 2016), kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinlan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Kotler dan Amstrong (dalam Permana, 2019) menyatakan bahwa semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin tinggi. Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari layanan (*service*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya / institusi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Ari Permana yang berjudul "Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kafe Limitless Medan" tahun 2019 dengan hasil penelitian ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

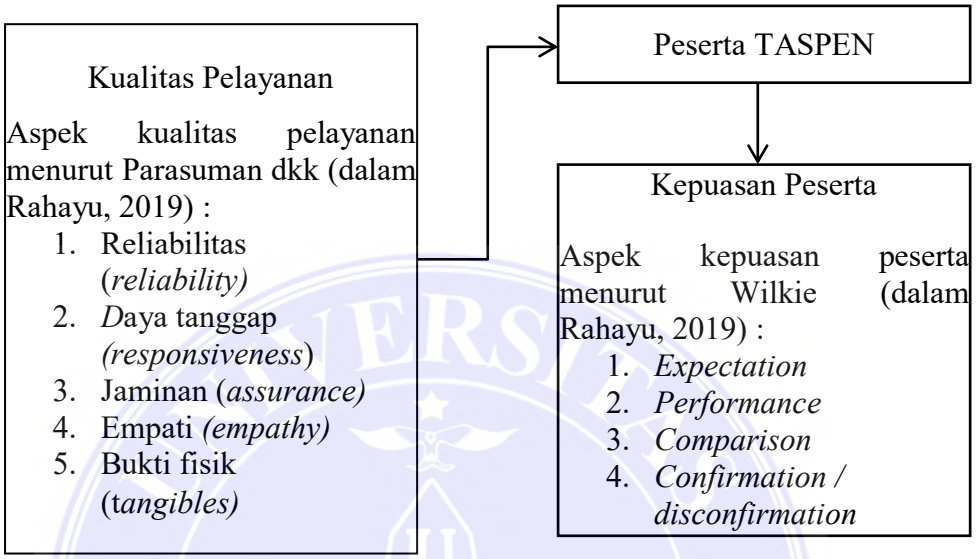
Sesuai juga dengan penelitian terdahulu dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Golden Futsal (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Golden Futsal Jl. Dr. Sutomo No. 1 Simpang Haru Padang)" oleh Im Mardizal tahun 2016 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Golden Futsal Simpang Haru Padang.

Berdasarkan beberapa pendapat tokoh dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen akan baik jika kualitas pelayanan yang diberikan baik. Begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka kepuasan konsumen juga buruk.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

E. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1.
Kerangka konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan serta beberapa teori yang dikemukakan di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta. Dengan asumsi semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan peserta. Sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin rendah tingkat kepuasan peserta.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini disebut dengan penelitian deskriptif karena peneliti menghasilkan data berupa gambaran dengan kalimat – kalimat mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar.

Pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, adalah "penelitian berupa angka-angka dan analisis - analisis menggunakan statistik.". Menurut Zen Amiruddin, penelitian kuantitatif adalah "penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data dan menggunakan daftar pertanyaaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif." (dalam Puspitaningtyas, 2017)

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel - variabel penelitian perlu ditentukan sebelum pengumpulan data dilakukan. Pengidentifikasian variabel-variabel penelitian akan membantu dalam penentuan alat pengumpul data dan teknik analisis data yang relevan dengan tujuan penelitian.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini variabel bebas (*independent*) diantaranya adalah kualitas pelayanan (X)

b. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (*dependent*) adalah kepuasan peserta (Y).

C. Definisi Operasioanal Variabel Penelitian

1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatupengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Aspek kualitas pelayanan adalah reliabilitas (*reliability)*, daya tanggap (*responsiveness)*, jaminan *(assurances*), empati (*empathy),* dan bukti fisik (*tangibles*).

2. Kepuasan peserta

Kepuasan konsumen (peserta) menurut Wilkie adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan. Aspek kepuasan konsumen adalah *expectation, performance, comparison, confirmation / disconfirmation.*

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

D. Populasi dan Sampel Penlitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (dalam Hasanah, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karaktristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan observasi dan dokumentasi peneliti diketahui bahwa jumlah peserta yang datang tidak tertentu dimana pada awal bulan atau tanggal muda dalam satu hari dapat 100 – 250 peserta yang datang, sedangkan pada akhir bulan atau tanggal tua ada kemungkinan dalam satu hari tidak ada peserta yang datang. Oleh karena itu, peneliti mengambil jumlah populasi rata – rata yang didapatkan selama satu minggu yaitu 350 peserta. Peserta tersebut merupakan pensiunan dari ASN (Aparatur Sipil Negara) dan Pejabat Negara yang sedang mengajukan pengurusan klaim di PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar. Peneliti mengambil jumlah rata – rata peserta selama seminggu karena keterbatasan waktu yang diberikan oleh pihak TASPEN dimana peneliti tidak boleh melakukan penelitian terlalu lama karena keadaan yang sedang tidak memungkinkan akibat terjadinya *COVID-19*.

2. Sampel

Sebelum melakukan sampel angket, terlebih dahulu peneliti melakukan *try out*. *Try out* bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas sebuah angket. Apabila aitem dinyatakan tidak valid maka aitem tersebut akan gugur dan tidak terpakai dalam angket sesungguhnya. Dimana *Try out* dilakukan

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

kepada 30 peserta TASPEN. Setelah melakukan *try out*, peneliti membuat kembali angket tanpa aitem yang gugur. Kemudian angket tersebut diberikan kepada peserta yang menjadi sampel sesungguhnya.

Menurut Sugiyono (dalam Hasanah, 2019) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karaktristik yang dimiliki oleh populasi itu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *teknik accidental sampling / convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang memilih sampel yang paling mudah dijumpai ataupun mengambil sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui yang cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan konsumen atau peserta dari TASPEN yang datang secara langsung ke kantor yang terletak di Jalan Sisingamangaraja No. 98, Kahean, Kec. Siantar Utara Kota Pematang Siantar , 21143 untuk mengajukan pengurusan klaim.

Para peserta yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para pensiunan ASN dan pejabat Negara yang mengajukan klaim pensiunnya sendiri. Ataupun keluarga dari ASN dan pejabat Negara yang datang untuk mengurus pensiunan janda / duda serta pensiunan yatim piatu atau pun uang duka (askem).

Menurut Suharsimi Arikunto (dalam Muharatun, 2012) pengambilan sampel untuk penelitian jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10 - 15% atau 20 - 25% atau lebih. Pengambilan sampel dalam

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

penelitian ini adalah 20% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 350 peserta. Yang berarti 350 X 20% = 70, jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 peserta. Peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebesar 20% karena keterbatasan jumlah peserta yang diperbolehkan datang ke kantor selama *Covid-19.*

E. Mtode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian karena data ini akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologis, dimana skala psikologis ini berbentuk angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

a. Skala kualitas pelayanan

Alat ukur yang digunakan terdiri dari aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman dkk (dalam Rahayu, 2019) yaitu yaitu reliabilitas (*reliability)*, daya tanggap (*responsiveness)*, jaminan *(assurances*), empati (*empathy),*dan bukti fisik (*tangibles*). Penilaian skala kualitas pelayanan menggunakan format skala *guttman.* Aitem pertanyaan atau pernyataan merupakan aitem yang mendukung (*favourable*) dan aitem yang tidak mendukung (*unfavourable*). Skala dibuat dalam bentuk pilihan ganda dengan alternatif pilihan " Setuju" dan "Tidak Setuju". Dimana pada aitem *favourable* pemberian skor 1 untuk jawaban "Setuju", dan skor 0 untuk jawaban "Tidak

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Setuju" dan pada aitem *unfavourable* sebaliknya yaitu pemberian skor 1 untuk jawaban " Tidak Setuju", dan skor 0 untuk jawaban "Setuju".

Tabel 3.1.
Blueprint skala kualitas pelayanan

Aspek	Indikator	Aitem		Jlh
		Favourable	*Unfavourable*	
Reliabilitas (reliability)	Memberikan pelayanan yang baik dari waktu ke waktu	1. PT. TASPEN (Persero) dapat dipercaya tidak akan melakukan kesalahan 2. PT. TASPEN (Persero) memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat	1. Keluhan peserta kurang ditanggapi dengan baik oleh karyawan TASPEN 2. PT. TASPEN (Persero) melayani dengan lambat dan asal-asalan	4
Daya Tanggap (*responsive-ness)*	Kesigapan karyawan dalam membantu dan merespon keluhan	1. Karyawan PT. TASPEN (Persero) selalu mempunyai waktu untuk menanggapi semua pertanyaan / keluhan peserta 2. Karyawan PT. TASPEN (Persero) tanggap dalam menanggapi kebutuhan peserta	1. Keluhan peserta tidak segera ditanggapi oleh Karyawan PT. TASPEN (Persero) 2. Karyawan PT. TASPEN (Persero) bermalas - malasan menanggapi kebutuhan para peserta	4
Jaminan (assurances)	Memberikan rasa aman dan nyaman, serta karyawan mempunyai penampilan dan keterampilan yang baik	1. Pertanyaan / keluhan peserta dijawab dengan baik dan sesuai 2. Para peserta merasa aman di daerah linkungan PT. TASPEN (Persero)	1. Karyawan PT.TASPEN (Persero) terlihat bingung saat akan memberikan jawaban / solusi kepada peserta 2. Karyawan TASPEN	4

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

			menjawab asal – asalan dan mengacuhkan pertanyaan peserta	
Empati (empathy)	Memahami masalah peserta dan mempunyai jam operasional yang aman	1. Peserta dilayani dan dihargai oleh karyawan tanpa memandang status 2. PT. TASPEN (Persero) memiliki lingkungan yang nyaman	1. PT. TASPEN (Persero) perlu menyediakan staff khusus untuk menangani keluhan para peserta 2. Karyawan PT. TASPEN (Persero) melayani peserta berdasarkan statusnya	4
Bukti Fisik (tangibles)	Sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan, serta penampilan karyawan	1. Ruangan tertata rapi dan bersih 2. Peserta diberikan ruang tunggu yang nyaman	1. Karyawan PT. TASPEN (Persero) tampak tidak rapi 2. Di PT. TASPEN (Persero) tidak tersedia tempat parkir	4
Jumlah				20

b. Skala kepuasan konsumen (peserta)

Alat ukur yang digunakan terdiri dari aspek kepuasan konsumen menurut Wilkie (dalam Rahayu, 2019) yaitu *expectation, performance, comparison, confirmation / disconfirmation.* Penilaian skala kepuasan konsumen (peserta) menggunakan format skala *guttman*. Aitem pertanyaan atau pernyataan merupakan aitem yang mendukung (*favourable*) dan aitem yang tidak mendukung (*unfavourable*). Skala dibuat dalam bentuk pilihan ganda dengan

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

alternatif pilihan " Setuju" dan "Tidak Setuju". Dimana pada aitem *favourable* pemberian skor 1 untuk jawaban "Setuju", dan skor 0 untuk jawaban "Tidak Setuju" dan pada aitem *unfavourable* sebaliknya yaitu pemberian skor 1 untuk jawaban " Tidak Setuju", dan skor 0 untuk jawaban "Setuju".

Tabel 3.2.
Blueprint skala kepuasan konsumen

Aspek	**Indikator**	Aitem		Jlh
		Favourable	*Unfavourable*	
Expectation	Pengalaman sendiri atau kerabat, komunikasi melalui iklan dan pemasaran	1. Pengajuan klaim tetap diproses walaupun syarat beum lengkap 2. Karyawan memberikan pelayanan yang ramah kepada peserta tanpa membedakan status	1. Kualitas pelayanan karyawan PT. TASPEN (Persero) tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan saat promosi 2. Mendapatkan pelayanan tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan peserta	4
Performance	Perasaan peserta setelah mengguna-kan pelayanan, kepentingan pelayanan kepada peserta	1. Karyawan PT. TASPEN (Persero) memberikan pelayanan dengan ramah, dan tanggap 2. Kebutuhan peserta diproses karyawan PT. TASPEN (Persero) dengan cepat	1. Karyawan PT.TASPEN (Persero) menjelasakan informasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan peserta 2. Para peserta dilayani dengan lambat dan bertele-tele	4
Comparison	Perbandi-ngan	1. Informasi tentang	1. Lokasi PT. TASPEN	4

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	sebelum dan setelah memakai jasa	pengurusan yang didapat dari Mitra Taspen sudah sesuai dengan yang dibutuhkan PT. TASPEN (Persero) 2. Lingkungan terdapat area parkir yang aman	(Persero) tidak sesuai dengan promosi dimana sulit untuk dijangkau 2. Lingkungan sangat kotor dan tidak nyaman	
Confirmation / disconfirmati-on	Memban-dingkan dengan pelayanan lain, penyarana pelayanan	1. Informasi yang didapat tentang pelayanan / jasa lebih jelas dari pada informasi yang didapat dari Mitra TASPEN 2. Pengurusan akan dipermudah apabila berkas ada kekurangan	1. Pelayanan karyawan PT.TASPEN (Persero) lebih buruk dari pada pelayanan jasa lainnya 2. Kebutuhan peserta tidak akan di selesaikan apabila ada kekurangan berkas	4
Jumlah				16

F. *Try Out* / Uji Coba Angket

Peneliti melakukan uji coba angket (*try out*) terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian yang sebenarnya. Uji coba terhadap angket tersebut dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas angket. Uji coba angket dilakukan pada peserta TASPEN yang datang ke Kantor PT. TASPEN (Persero) untuk mengurus klaim pensiunan sebanyak 30 orang.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

G. Validitas dan Reliabilitas Penelitian

1. Uji validitas

Uji validitas menurut Ghazali (dalam Hasanah, 2019) adalah alat untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menentukan validitas koesioner dilakukan pengujian menggunakan rumus *korelasi Product Moment Pearson* dengan program SPSS Versi 19.

Yaitu dengan mendeklamasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total alat ukur, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left\{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}\right\}\left\{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}\right\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X (skor subjek tiap item) dengan variabel Y (total skor subjek dari keseluruhan item)
$\sum xy$: jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y
$\sum x$: jumlah skor keseluruhan subjek setiap item
$\sum y$: jumlah skor keseluruhan item pada subjek
$\sum x^2$: jumlah kwadrat skor X
$\sum y^2$: jumlah kwadrat skor Y
N : Jumlah subjek

Kriteria pengujian validitas item pernyataan adalah, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid dan jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} diperoleh dari α (n) sesuai dengan jumlah responden sebanyak 70 orang dan taraf signifikansi 5% maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,235 Uji validitas ini dilakukan melalui program SPSS versi 19.

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (dalam Hasanah, 2019) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan *reliabel* (layak) jika *cronbach's alpha*> 0,60 dan dikatakan tidak *reliabel* jika *cronbach's alpha* < 0,60. Untuk menentukan reliabilitas terhadap butiran-butiran pernyataan variabel dilakukan pengujian dengan program SPSS Versi 19.

Untuk menguji reliabilitas alat ukur juga dapat dilakukan dengan rumus koefisien *alpha 's* sebagai berikut :

$$\propto = \left\{\frac{1 - S_1^2 = S_2^2}{S_x^2}\right\}$$

Keterangan :
$\propto$: koefisiensi *alpha cronbach's*
1 : konstanta bilangan
S_1^2 : varians skor belahan 1 dan variasn skor belahan 2
S_2^2 : variasn skor belahan 2
S_x^2 : varians skor skala

H. Metode Analisis Data

1. Uji normalitas

Uji normalitas menurut Ghazali (dalam Hasanah, 2019) adalah bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Jika data penelitian berdistribusi normal maka pengujian dapat menggunakan teknik analisis parametrik, namun jika data tidak normal maka menggunakan teknik statistik non parametrik. Pada

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sampel dihitung dengan uji *one sample kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan SPSS versi 19. Dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dimana data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05.

Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dapat menggunakan rumus :

$$X_h^2 = \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :
X_h^2 : chi kuadrat hitung
f_o : frekuensi data dalam interval
f_h : frekuensi yang diharapkan

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif akan menghasilkan nilai mean hipotetik dan mean empiric. Adapun mean hipotetik merupakan rata – rata skor dari suatu alat ukur yang diperoleh dari angka yang menjadi nilai tengah alat ukur tersebut. Sedangkan mean empiric adalah rata – rata skor dari hasil penelitian.

Untuk mencari mean empiric menggunakan *descriptive statistics* dari SPSS versi 19. Sedangkan untuk mencari mean hipotetik, maka penentuan skor minimum dan maksimum dari alat harus dilakukan.

Adapun untuk mencari mean hipotetik dan SD hipotetik dari alat ukur dapat dicari dengan rumus berikut ini :

$$\mu = \frac{1}{2}(I_{\max} + I_{\min}) \sum k$$

Keterangan :
μ : mean hipotetik
I_{max} : skor maksimal aitem

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

I_{min} : skor minimal aitem
Σk : jumlah aitem (jumlah aitem yang valid)

$$\sigma = \frac{1}{6}(X_{max} - X_{min})$$

Keterangan :
σ : SD Hipotetik
X_{max} : skor maksimal subjek
X_{min} : skor minimal subjek

I. Pengujian Hipotesis

1. Uji regresi linier sederhana

Menurut Syofian (Siregar, 2015) regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).

Model analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan :
Y : Variabel terikat
X : Variabel bebas
a dan b : Konstanta

2. Uji statistik t *(uji t parsial)*

Menurut Ghozali (dalam Mardizal, 2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Uji t bertujuan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rumus menurut Irianto adalah (dalam Mardizal, 2016):

$$t_k = \frac{b_i}{s_{bi}}$$

Keterangan :
b_i : koefisien regresi ke i
s_{bi} : simpangan baku koefisien b yang ke i

Dimana :

$$S_i = \sqrt{\frac{S_{y.123.....k}}{(\sum X_t^2)-(1-R_i^2)}}$$

Keterangan :

R_i^2 : adanya korelasi antara X_t dengan variabel bebas lainnya.

Untuk analisis data digunakan bantuan program SPSS versi 19, dengan kriteria pengujian:

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau sig $\leq \alpha = 0{,}05$ maka ada pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan peserta (Y)
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sig $> \alpha = 0{,}05$ maka tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan peserta (Y)

3. Koefisien determinasi (R square)

Menurut Siregar (dalam Mardizal, 2016) mengatakan bahwa koefesien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sambungan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (Terikat).

Document Accepted 20/6/22
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Uji ini dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum ei^2}{\sum yi^2}$$

Keterangan :
R^2 : koefisien determinasi
ei : variable pengganggu
yi : total *sum square*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

BAB V

SIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta pada PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar. Hasil penelitian diperoleh yaitu nilai t_{hitung} 15,623 > t_{tabel} 1,99547 signifikasi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan peserta (Y).
- Presentase pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta pada PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar yaitu sebesar 88,4%, sedangkan sisanya 11,6% dipengaruhi oleh sebab lain yang ada di luar penelitian seperti faktor situasi atau faktor pribadi peserta tersebut. Misalnya keadaan peserta saat mengajukan klaim apakah sedang dalam keadaan fit atau tidak, dan banyak hal lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

1. Bagi perusahaan PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar :
   - Melakukan koordinasi dengan cara sosialisasi kepada para Mitra TASPEN mengenai syarat yang dibutuhkan untuk mengajukan sebuah klaim, agar tidak ada nya kesalahan informasi yang diberikan oleh Mitra TASPEN kepada peserta.
   - Menambah Staff khusus untuk mengurus keluhan dan komplain peserta yang ingin melengkapi syarat pengajuannya
2. Bagi karyawan perusahaan PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar :
   - Diharapkan karyawan dapat lebih memperbaiki kelalaiannya saat melakukan pelayanan, dimana staff harus sudah tersedia apabila jam pelayanan sudah berlangsung.
   - Diharapkan karyawan dapat melakukan pelayanan tanpa terdistract oleh faktor pribadi karyawan.
3. Bagi peneliti selanjutnya :
   - Disarankan untuk meneliti variable lain yang dapat mempengaruhi kepuasan peserta pada PT. TASPEN (Persero) Kc. Pematangsiantar.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pemeriksan Keuangan Republik Indonesia (BPK RI). 2000. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.* Pemerintah Pusat

Dailiati, S. (2018). *Kebijakan Retribusi Kebersihan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat.* Retrieved from Google Book: https://books.google.co.id/books?id=WvDXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* Retrieved from Google Book: https://books.google.co.id/books?id=XDKaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Galuh, R. S. (2016). *Hubungan Antara Store Atmosphere dengan Kepuasan Pelanggan di Avan Supermarket.* Retrieved from Digital Library UIN Sunan Ampel: http://digilib.uinsby.ac.id/5089/

Hasanah, M. (2019, Desember 7). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. TASPEN(Persero) Kantor Cabang Mataram).* Retrieved from Ummat Repository: http://repository.ummat.ac.id/id/eprint/365

Karlina, L. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelyanan Dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.* Retrieved from IAIN TULUNGAGUNG Institutional Repository: http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7435/

Kasmir. (2019). *Customer Services Excellent : Teori Dan Praktik* (2 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.

Mabrurah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Medis Dan Pelayanan Kesehatan Gratis Terhadap Kepuasan Pasien Di Poli Kia Puskesmas Kapuas Timur Kabupaten Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah.* Retrieved from Eprints STIE Indonesia Banjarmasin: http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/793/

Mardizal, I.(2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Emosional Terhadap Kepuasan Golden Futsal (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Golden Futsal Jl. Dr. Sutomo No. 1 Simpang Haru Padang).* Retrieved from REPOSITORY STKIP PGRI SUMATERA BARAT Mencerahkan dan Menginspirasi Anak Bangsa: http://repo.stkip-pgri-sumbar.ac.id/id/eprint/5029/

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Muharatun, K. A. (2012). *Evaluasi Pelaksanaan Muatan Lokal Keterampilan Di SMP Negeri 15 Yogyakarta.* Retrieved from ePrints@UNY Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta: https://eprints.uny.ac.id/9783/

Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2019). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik* (2 ed.). Bandung: CV. Pustaka Setia.

Mahkamah Agung Republik Indonesia Pengadilan Negeri Kediri Kelas 1B. 2013. *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009.*

Permana, A. (2019). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan.* Retrieved from Medan Area University Repository: http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11522?mode=full

Pohan, N. (2020). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Ikapharmindo Putramas Cabang Medan.* Retrieved from Medan Area University Repository: http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/12153

Puspitaningtyas, D. A. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Visual Terhadap Prestasi Belajar Siswa Sdn 02 Kendalbulur, Boyolangu, Tulungagung Tahun 2015/2016.* Retrieved from IAIN Tulungagung Institutional Repository: http://repo.iain-tulungagung.ac.id/4537/

Rahayu, L. (2019). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Gubug Makan Iwak Kalen Godean.* Retrieved from UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA: http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/4812/

Rahmah, M. (2017). *Analisa Pembelian Produk Sophie Paris Melalui Sistem Member Sebagai Daya Tarik Konsumen Pada Masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.* Retrieved from Eprints repository software: http://eprints.stainkudus.ac.id/id/eprint/943

Sellang, K., Jamaluddin, & Mustanir, A. (2019). *Starategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik : Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*. Retrieved 2020, from Google Book: https://books.google.co.id/books?id=U06rDwAAQBAJ&pg=PA13&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false

Septiana, R. (2015). *Hubungan Antara Brand Trust (Kepercayaan Merek) Dengan Kepuasan Konsumen Di Restoran Wok Noodle Surabaya.* Retrieved from Repository Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya: http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/1636

Siregar, S. (2015). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi.* Retrieved from Google Book: https://books.google.co.id/books?id=7_q2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Sopian, A. M. (2017). *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung).* Retrieved from Universitas Pasundan : institutional repositorie & scientific journals: http://repository.unpas.ac.id/31691/

Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Retrieved from Google Book: https://books.google.co.id/books?id=b9JBDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (4 ed.). Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, Dan Strategi* (1 ed.). Yogyakarta: ANDI.

Widiana, M. E., Hidayati, K., & Karsam. (2019, September). *Teoritik & Empirik Strategi Pemasaran (Beserta Studi Kasus Permasalahan Perusahaan Swasta Di Jawa Timur).* (M. Enny, Ed.) Retrieved from Repositori Universitas Dinamika: http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3426/1/Teoritik%20dan%20Empirik%20strategi%20Pemasaran.pdf#page=57

Wijaya, E. M. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel intervening (Studi Pada Waterpark Semawis Semarang).* Retrieved from Eprints Diponegoro University Institutional Repository (UNDIP-IR): http://eprints.undip.ac.id/32610/

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 1 aitem uji coba / *try out*

- **Kualitas pelayanan**

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1	PT. TASPEN (Persero) mampu di percaya tanpa melakukan kesalahan		
2	PT. TASPEN (Persero) memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat		
3	Keluhan peserta kurang ditanggapi dengan baik oleh karyawan TASPEN		
4	PT. TASPEN (Persero) melayani dengan lambat dan asal-asalan		
5	Karyawan PT. TASPEN (Persero) selalu mempunyai waktu untuk menanggapi semua pertanyaan / keluhan peserta		
6	Karyawan PT. TASPEN (Persero) tanggap dalam menanggapi kebutuhan peserta		
7	Keluhan peserta tidak segera ditanggapi oleh Karyawan PT. TASPEN (Persero)		
8	Karyawan PT. TASPEN (Persero) bermalas-malasan menanggapi kebutuhan para peserta		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

9	Pertanyaan / keluhan peserta dijawab dengan baik dan sesuai		
10	Para peserta merasa aman di daerah linkungan PT. TASPEN (Persero)		
11	Karyawan PT.TASPEN (Persero) terlihat bingung saat akan memberikan jawaban / solusi kepada peserta		
12	Karyawan TASPEN menjawab asal – asalan dan mengacuhkan pertanyaan peserta		
13	Peserta dilayani dan dihargai oleh karyawan tanpa memandang status		
14	PT. TASPEN (PERSERO) memiliki lingkungan yang nyaman		
15	PT. TASPEN (Persero) perlu menyediakan staff khusus untuk menangani keluhan para peserta		
16	Karyawan PT. TASPEN (Persero) melayani peserta berdasarkan statusnya		
17	Ruangan tertata rapi dan bersih		
18	Peserta diberikan ruang tunggu yang nyaman		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

19	Karyawan PT. TASPEN (Persero) tampak tidak rapi		
20	Di PT. TASPEN (PERSERO) tidak tersedia tempat parkir		

- **Kepuasan peserta**

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1	Pengajuan klaim tetap diproses walaupun syarat beum lengkap		
2	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah kepada peserta tanpa membedakan status		
3	Kualitas pelayanan karyawan PT. TASPEN (Persero) tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan saat promosi		
4	Mendapatkan pelayanan tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan peserta		
5	Karyawan PT. TASPEN (Persero) memberikan pelayanan dengan ramah, dan tanggap		
6	Kebutuhan peserta diproses karyawan PT. TASPEN (Persero) dengan cepat		

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

7	Karyawan PT.TASPEN (Persero) menjelasakan informasi tidak sesuai dengan kebutuhan peserta		
8	Para peserta dilayani dengan lambat da bertele-tele		
9	Informasi tentang pengurusan yang didapat dari Mitra TASPEN sudah sesuai dengan yang dibutuhkan PT. TASPEN (Persero)		
10	Lingkungan terdapat area parkir yang aman		
11	Lokasi PT. TASPEN (Persero) tidak sesuai dengan promosi dimana sulit untuk dijangkau		
12	Lingkungan sangat kotor dan tidak nyaman		
13	Informasi yang didapat tentang pelayanan / jasa lebih jelas dari pada informasi yang didapat dari Mitra TASPEN		
14	Pengurusan akan dipermudah apabila berkas ada kekurangan		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

15	Pelayanan karyawan PT.TASPEN (Persero) lebih buruk dari pada pelayanan jasa lainnya		
16	Kebutuhan peserta tidak akan di selesaikan apabila ada kekurangan berkas		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 2 kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Saya Widi Ajeng Lestari Z, mahasiswi Program Studi Psikolog Fakultas Psikologi Universitas Medan Area (UMA). Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT. TASPEN(Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar". Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kiranya bantuan dan partisipasi Anda untuk mengisi Kuesioner ini. Sebelum menjawab pertanyaan penelitian dimohon untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.

Atas kerjasama dan bantuan anda dalm meluangkan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti – Widi Ajeng Lestari Z

A. IDENTITAS RESPONDEN

Yang diberi tanda * wajib diisi.

1. Nama* : ……
2. Jenis Kelamin* : Laki-Laki / Perempuan
3. Alamat :
4. Pekerjaan :
5. Masalah apa yang sedang di urus di PT. TASPEN(Persero) KC. Pematangsiantar?* (beri tanda "**X**" pada pilihan anda)

	Pensiun Sendiri
	Pensiun Duda/Janda
	Pensiun Yatim Piatu

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	Askem

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Beri tanda checklist (√) pada salah satu pilihan jawaban anda :

- **Kualitas Pelayanan**

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	PT. TASPEN(Persero) memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat		
2.	Keluhan peserta kurang ditanggapi dengan baik oleh karyawan TASPEN		
3.	Karyawan PT. TASPEN (Persero) selalu mempunyai waktu untuk menanggapi semua pertanyaan / keluhan peserta		
4.	Keluhan peserta tidak segera ditanggapi oleh Karyawan PT. TASPEN (Persero)		
5.	Karyawan PT. TASPEN (Persero) bermalas-malasan menanggapi kebutuhan para peserta		
6.	Pertanyaan / keluhan peserta dijawab dengan baik dan sesuai		
7.	Para peserta merasa aman di daerah linkungan PT. TASPEN (Persero)		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

8.	Karyawan PT.TASPEN (Persero) terlihat bingung saat akan memberikan jawaban / solusi kepada peserta		
9.	Karyawan TASPEN menjawab asal – asalan dan mengacuhkan pertanyaan peserta		
10.	PT. TASPEN (PERSERO) memiliki lingkungan yang nyaman		
11.	Ruangan tertata rapi dan bersih		
12.	Peserta diberikan ruang tunggu yang nyaman		

- **Kepuasan Peserta**

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	Pengajuan klaim tetap diproses walaupun syarat belum lengkap		
2.	Kualitas pelayanan karyawan PT. TASPEN(Persero) tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan saat promosi		
3.	Peserta mendapatkan pelayanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan peserta		
4.	Karyawan PT. TASPEN(Persero) memberikan pelayanan dengan ramah, dan		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	tanggap		
5.	Pengajuan Klaim diproses karyawan PT. TASPEN(Persero) dengan cepat		
6.	Informasi yang dijelaskan atau diberikan oleh karyawan tidak esuai dengan yang dibutuhkan oleh peserta		
7.	Para peserta dilayani dengan lambat da bertele-tele		
8.	Informasi tentang pengajuan klaim yang didapat dari Mitra TASPEN sudah sesuai dengan yang dibutuhkan PT. TASPEN(Persero)		
9.	Lokasi PT. TASPEN(Persero) tidak sesuai dengan promosi dimana sulit untuk dijangkau		
10.	Pengurusan akan dipermudah apabila berkas ada kekurangan		
11.	Pelayanan karyawan PT.TASPEN(Persero) lebih buruk dari pada pelayanan jasa lainnya		
12.	Kebutuhan peserta tidak akan di selesaikan apabila ada kekurangan berkas		

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 3 data responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Masalah yang di urus
1.	Su	Lk	Bahapal	Guru	Pensiun Sendiri
2.	Gu	Lk	Desa Sei Rotan	Guru	Pensiun Orang Tua
3.	MR	Lk	Dolok Batu Nanggar	Pensiunan	Pensiun Sendiri
4.	PS	Lk	Huta Mariah, Mariah Janbi, Simalungun	Pensiunan	Pensiun Sendiri
5.	MR	Lk	Jalan Dahlia, Rantau Prapat	PNS	Pensiun Duda
6.	MR	Lk	Jalan Jawa, P.siantar	Pensiunan Dinkes	Pensiun Sendiri
7.	DS	Lk	Jalan Melati, Padangsidempuan	Pensiunan	Pensiun Duda
8.	MP	Lk	Jalan Melati, Pematangsiantar	Guru	Pensiun Sendiri
9.	RTP	Lk	Jalan Pangururan	Guru	Pensiun Duda
10.	MSS	Lk	Jalan Panjaitan, Toba Samosir	Petani	Pensiun Duda
11.	JN	Lk	Jalan Silimakuta	PNS	Pensiun Sendiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

12.	MH	Lk	Jalan Tennis, Rantau Utara, Labuhan Batu	Pensiunan	Pensiun Sendiri
13.	AZ	Lk	Kec. Siantar Utara	Pensiunan	Pensiun Sendiri
14.	M	Lk	Kel. Aek Kanopan, Labuhanbatu	Pensiunan Polisi	Pensiun Sendiri
15.	DHL	Lk	Kel. Bincar, Padang Sidempuan	Wiraswasta	Pensiun Duda
16.	H	Lk	Kel. Panai Tengah, Labuhanbatu	-	Pnsiun Yatim Piatu
17.	PH	Lk	Kel. Sabungan, Labuhan Selatan	Guru	Pensiun Sendiri
18.	M	Lk	Kel. Sayur Matinggi, Padang Lawas Utara	PNS	Pensiun Sendiri
19.	JG	Lk	Kel. Sipoltong, Dairi	Wiraswasta	Pensiun Duda
20.	RL	Lk	Kel. Tanjung Bunga, Samosir	Mahasiswa	Pensiun Yatim Piatu
21.	I	Lk	Losung Batu, Padangsidempuan	PNS	Pensiun Duda
22.	ON	Lk	Mandailing Natal	Petani	Pensiun Duda
23.	S	Lk	Marubun Jaya, Serbelawan	Guru	Pensiun Duda
24.	LS	Lk	Padang Lawas, Sumatera Utara	PNS	Pensiun Sendiri
25.	GL	Lk	Padang Sidempuan	Pensiunan	Pensiun Sendiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

26.	ST	Lk	Pamatang Simalungun	PLN	Pensiun Duda
27.	GM	Lk	Parapat	Pensiunan	Pensiun Sendiri
28.	HL	Lk	Pematangsiantar	Guru	Pensiun Sendiri
29.	FD	Lk	Penyabungan	Pensiunan	Pensiun Duda
30.	MF	Lk	Penyabungan, Mandailing Natal	PNS	Pensiun Duda
31.	PP	Lk	Saipar Dolok Hole, Tapanuli Selatan	Wiraswasta	Pensiun Duda
32.	HR	Lk	Siantar Simalungun	Pensiunan	Pensiun Duda
33.	TS	Lk	Sigumpar, Toba Samosir	Wiraswasta	Pensiun Duda
34.	SS	Lk	Simpang Kawat, Desa Dolok Parmonangan	Pensiunan	Pensiunan Duda
35.	LR	Lk	Tanobato, Padangsidemuan Utara	Pensiunan Pemda	Pensiun Sendiri
36.	SS	Lk	Tiga Balata	Guru	Pensiun Sendiri
37.	Y	Pr	Bosar Maligas, Simalungun	PNS	Pensiun Sendiri
38.	ND	Pr	Dsn Huta Pohan	Petani	Pensiun Janda
39.	NS	Pr	Humbang Hasundutan	Pensiunan PNS	Pensiun Sendiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

40.	FS	Pr	Jalan Cendana, Padangsidempuan Tenggara	Pensiunan	Pensiun Sendiri
41.	JBM	Pr	Jalan Gereja, Toba Samosir	Karyawan	Pensiun Janda
42.	R	Pr	Jalan Jawa, Siantar Barat, P.Siantar	Ibu Rumah Tangga	Pensiun Janda
43.	S	Pr	Jalan Medan, Pondok Sayar	Pensiunan	Pensiun Sendiri
44.	PBL	Pr	Jalan Medan, Siantar Mertoba, P.Siantar	Guru	Pensiun Janda
45.	LS	Pr	Jalan Melanton Siregar, Pematangsiantar	Guru	Pensiun Janda
46.	SWU	Pr	Jalan Pancuran, Sidikalang	Pensiunan	Pensiun Janda
47.	MH	Pr	Jalan Teuku Umar, Padangsidempuan	Pensiunan	Pensiun Sendiri
48.	KOS	Pr	Jalan Tusam Raya, Padang Lawas Utara	PNS	Pensiun Sendiri
49.	HS	Pr	Kel. Gunung Tua, Padang Lawas Utara	Asn (Pensiunan Guru)	Pensiun Sendiri
50.	TS	Pr	Kel. Huta Tongga – Tonga, Sibolga Utara	Petani	Pensiun Janda
51.	FH	Pr	Kel. Janji Manaon, Tapanuli Selatan	Pensinan	Pensiun Sendiri
52.	RL	Pr	Kel. Lopian, Tapanuli Tengah	Pensiunan	Pensiun Sendiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

53.	S	Pr	Kel. Meranti Paham, Panai hulu, Labuhan Batu	-	Pensiun Yatim Piatu
54.	MR	Pr	Kel. Ompu Raja Hutapea, Toba Samosir	Guru	Pensiun Sendiri
55.	TS	Pr	Kel. Palipi, Samosir	Petani	Pensiun Janda
56.	SS	Pr	Kel. Sabungan, Labuhan Batu Selatan	Ibu Rumah Tangga	Pensiun Janda
57.	SN	Pr	Kel. Sarudik, Tapanuli Tengah	Ibu Rumah Tangga	Pensiun Janda
58.	MD	Pr	Labuhan Batu	Petani	Pensiun Janda
59.	MMM	Pr	Labuhan Batu	Guru	Pensiun Janda
60.	RS	Pr	Nagahuta, Siantar Marimbun	Guru	Pensiun Janda
61.	N	Pr	Padang Lawas Utara	Guru	Pensiun Sendiri
62.	MH	Pr	Padangsidempuan	Pensiunan	Pensiun Sendiri
63.	RS	Pr	Pasar Baru, Humbang Hasundutan	Guru	Pensiun Sendiri
64.	N	Pr	Perm. SD Inpres Kmapung Melayu Kel. Tanah Jawa	Wiraswasta	Pensiun Janda
65.	MS	Pr	Siborong-borong, Tapanuli Utara	Guru	Pensiun Janda
66.	EYT	Pr	Sihotang Hasugian Tonga	Ibu Rumah Tangga	Pensiun Janda

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

67.	RR	Pr	Sipinggol – pinggol	-	Pensiun Yatim Piatu
68.	RR	Pr	Sipirok, Tapanuli Selatan	Pensiunan PNS	Pensiun Sendiri
69.	R	Pr	Sumber Mulyo, Labuhan Batu Utara	Pensiunan	Pensiun Sendiri
70.	AS	Pr	Tiga Balata	Pensiunan	Pensiun Sendiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 4 hasil uji validitas skala kualitas pelayanan *try out*

Correlations

		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	a17	a18	a19	a20	jumlah
a1	Pearson Correlation	1	.356	-.333	.149	.079	.802**	.000	-.089	-.089	-.111	.196	.259	-.089	-.131	.408*	-.062	-.111	-.149	.356	.259	.157
	Sig. (2-tailed)		.053	.072	.432	.679	.000	1.000	.640	.640	.559	.299	.167	.640	.491	.025	.745	.559	.432	.053	.167	.406
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a2	Pearson Correlation	.356	1	-.267	-.120	.484**	.464**	.094	-.071	-.071	-.089	.288	.802**	-.071	-.105	-.055	-.050	-.089	-.120	.464**	.802**	.423*
	Sig. (2-tailed)	.053		.153	.529	.007	.010	.619	.708	.708	.640	.122	.000	.708	.581	.775	.795	.640	.529	.010	.000	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a3	Pearson Correlation	-.333	-.267	1	.089	-.079	-.267	.141	.267	.267	.333	.196	-.111	.267	.392*	.272	-.186	.333	.447*	.000	-.333	.444*
	Sig. (2-tailed)	.072	.153		.638	.679	.153	.456	.153	.153	.072	.299	.559	.153	.032	.146	.326	.072	.013	1.000	.072	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a4	Pearson Correlation	.149	-.120	.089	1	-.035	.239	.443*	.239	.239	-.149	-.175	.149	.239	-.175	-.183	-.083	.149	-.200	-.120	-.149	.186
	Sig. (2-tailed)	.432	.529	.638		.853	.203	.014	.203	.203	.432	.354	.432	.203	.354	.334	.663	.432	.289	.529	.432	.324
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a5	Pearson Correlation	.079	.484**	-.079	-.035	1	.169	.279	-.147	-.147	.079	.247	.342	-.147	.247	.129	-.102	.079	.176	.169	.342	.479**
	Sig. (2-tailed)	.679	.007	.679	.853		.373	.136	.437	.437	.679	.188	.065	.437	.188	.498	.590	.679	.352	.373	.065	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a6	Pearson Correlation	.802**	.464**	-.267	-.239	.169	1	.094	-.071	-.071	-.089	.288	.356	-.071	-.105	-.327	-.050	.089	-.120	.464**	.356	.312
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.153	.203	.373		.619	.708	.708	.640	.122	.053	.708	.583	.077	.795	.640	.529	.010	.053	.093
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a7	Pearson Correlation	.000	.094	.141	.443*	.279	.094	1	.378*	.378*	-.236	.139	.000	.094	-.069	.000	-.131	-.236	.063	-.189	.000	.383*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.619	.456	.014	.136	.619		.039	.039	.210	.465	1.000	.619	.716	1.000	.489	.210	.740	.317	1.000	.037

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a8	Pearson Correlation	-.089	-.071	.267	.239	-.147	-.071	.378*	1	1.000**	-.089	.288	-.089	.464**	-.105	.055	.000	.089	.239	-.071	-.089	.367*
	Sig. (2-tailed)	.640	.708	.153	.203	.437	.708	.039		.000	.640	.122	.640	.010	.581	.775	.750	.640	.203	.708	.640	.046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a9	Pearson Correlation	-.089	-.071	.267	.239	-.147	-.071	.378*	1.000**	1	-.089	.288	-.089	.464**	-.105	.055	.000	.089	.239	-.071	-.089	.367*
	Sig. (2-tailed)	.640	.708	.153	.203	.437	.708	.039	.000		.640	.122	.640	.010	.581	.775	.750	.640	.203	.708	.640	.046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a10	Pearson Correlation	-.111	-.089	.333	-.143	.079	-.089	-.236	-.089	-.089	1	-.133	-.111	-.089	.850**	.272	-.062	1.000**	.745**	-.089	-.111	.435*
	Sig. (2-tailed)	.559	.640	.072	.452	.679	.640	.210	.640	.640		.499	.559	.640	.000	.145	.745	.000	.000	.640	.559	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a11	Pearson Correlation	.196	.288	.196	-.175	.247	.288	.139	.288	.288	-.131	1	.196	.288	.135	.120	-.073	-.131	.351	.288	.196	.539**
	Sig. (2-tailed)																					

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	Sig. (2-tailed)	.299	.122	.299	.354	.188	.122	.465	.122	.122	.491		.299	.122	.478	.527	.702	.491	.057	.122	.299	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a12	Pearson Correlation	.259	.802**	-.111	.149	.342	.356	.000	-.089	-.089	-.111	.196	1	-.089	-.131	.045	-.062	-.111	-.149	.356	.630**	.389*
	Sig. (2-tailed)	.167	.000	.559	.432	.065	.053	1.000	.640	.640	.559	.299		.640	.491	.812	.745	.559	.432	.053	.000	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a13	Pearson Correlation	-.089	-.071	.267	.239	-.147	-.071	.094	.464**	.464**	-.089	.288	-.089	1	-.105	.055	.050	.089	.120	.071	.089	.200
	Sig. (2-tailed)	.640	.708	.153	.203	.437	.708	.619	.010	.010	.640	.122	.640		.581	.771	.795	.640	.529	.708	.640	.288
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a14	Pearson Correlation	-.131	-.102	.392*	-.175	.247	-.102	-.065	-.105	-.105	.850**	.135	-.131	-.102	1	.320	-.073	.850**	.877**	-.102	-.131	.539**
	Sig. (2-tailed)	.491	.589	.032	.355	.188	.589	.719	.581	.581	.000	.477	.491	.589		.084	.702	.000	.000	.589	.491	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a15	Pearson Correlation	-.408*	-.055	.272	-.183	.129	-.327	.000	-.055	-.055	.272	.120	.045	-.055	-.320	1	.152	.272	.365*	-.327	.045	.323
	Sig. (2-tailed)	.025	.775	.146	.334	.498	.077	1.000	.775	.775	.146	.527	.812	.775	.084		.424	.146	.047	.077	.812	.081
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a16	Pearson Correlation	-.062	-.055	-.188	-.083	-.102	-.050	-.131	-.050	-.050	-.062	-.073	-.062	-.055	-.073	.152	1	-.062	-.083	-.050	-.062	-.093
	Sig. (2-tailed)	.745	.795	.326	.663	.593	.795	.489	.795	.795	.745	.702	.745	.795	.705	.424		.745	.663	.795	.745	.626
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a17	Pearson Correlation	-.111	-.089	.333	-.149	.079	-.089	-.236	-.089	-.089	1.000**	-.131	-.111	-.089	.850**	.272	-.062	1	.745**	-.089	-.111	.435*
	Sig. (2-tailed)	.559	.640	.072	.432	.679	.640	.210	.640	.640	.000	.491	.559	.640	.000	.146	.745		.000	.640	.559	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a18	Pearson Correlation	-.149	-.120	.447*	-.200	.176	-.120	-.063	.239	.239	.745**	-.351	-.149	-.120	.877**	.365*	-.083	.745**	1	-.120	-.149	.634**
	Sig. (2-tailed)	.432	.529	.013	.289	.352	.529	.740	.203	.203	.000	.057	.432	.529	.000	.047	.663	.000		.529	.432	.000

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a19	Pearson Correlation	.356	.464**	.000	-.120	.169	.464**	-.189	-.071	-.071	-.089	.288	.356	-.071	-.105	.327	-.050	.089	-.120	1	.356	.200
	Sig. (2-tailed)	.053	.010	1.000	.529	.373	.010	.317	.708	.708	.640	.122	.053	.708	.581	.077	.795	.640	.529		.053	.288
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a20	Pearson Correlation	.259	.802**	-.333	-.149	.342	.356	.000	-.089	-.089	-.111	.196	.630**	-.089	-.131	.045	-.062	-.111	-.149	.356	1	.296
	Sig. (2-tailed)	.167	.000	.072	.432	.065	.053	1.000	.640	.640	.559	.299	.000	.640	.491	.812	.745	.559	.432	.053		.112
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumlah	Pearson Correlation	.157	.423*	.444*	.186	.479**	.312	.383*	.367*	.367*	.435*	.539**	.389*	.200	.539**	.323	-.093	.435*	.634**	.200	.296	1
	Sig. (2-tailed)	.406	.020	.014	.324	.007	.093	.037	.046	.046	.016	.002	.034	.288	.002	.081	.626	.016	.000	.288	.112	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 5 hasil uji validitas skala kepuasan peserta *try out*

Correlations

		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	jumlah
a1	Pearson Correlation	1	-.053	.164	-.053	-.036	.391*	-.251	-.053	.086	.067	-.067	-.150	.145	.523**	.391*	.313	.476**
	Sig. (2-tailed)		.782	.385	.782	.850	.033	.182	.782	.651	.724	.724	.428	.444	.003	.033	.092	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a2	Pearson Correlation	-.053	1	.247	.423*	-.105	.351	-.154	.423*	-.145	-.131	-.196	-.175	-.154	-.555**	-.175	-.015	.050
	Sig. (2-tailed)	.782		.188	.020	.581	.057	.417	.020	.444	.491	.299	.354	.417	.001	.354	.935	.792
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a3	Pearson Correlation	.164	.247	1	.247	.484**	.388*	.247	.247	-.005	.342	-.079	.176	.015	-.111	.176	-.068	.525**
	Sig. (2-tailed)	.385	.188		.188	.007	.034	.188	.188	.978	.065	.679	.352	.935	.558	.352	.720	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a4	Pearson Correlation	-.053	.423*	.247	1	-.105	.351	.423*	1.000**	.053	-.131	.294	-.175	-.154	-.139	-.175	.216	.469**
	Sig. (2-tailed)	.782	.020	.188		.581	.057	.020	.000	.782	.491	.115	.354	.417	.465	.354	.251	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a5	Pearson Correlation	-.036	-.105	.484**	-.105	1	-.120	.288	-.105	.306	.356	.200	.239	-.105	.189	.239	-.169	.376*
	Sig. (2-tailed)	.850	.581	.007	.581		.529	.122	.581	.101	.053	.288	.203	.581	.317	.203	.373	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a6	Pearson Correlation	.391*	.351	.388*	.351	-.120	1	.088	.351	.150	-.149	.000	-.200	.351	-.063	.040	.035	.496**
	Sig. (2-tailed)	.033	.057	.034	.057	.529		.645	.057	.428	.432	1.000	.289	.057	.740	.834	.853	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a7	Pearson Correlation	-.251	-.154	.247	.423*	.288	.088	1	.423*	.449*	-.131	.294	.088	-.154	.277	-.175	-.247	.385*
	Sig. (2-tailed)	.182	.417	.188	.020	.122	.645		.020	.013	.491	.115	.645	.417	.138	.354	.188	.036
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a8	Pearson Correlation	-.053	.423*	.247	1.000**	-.105	.351	.423*	1	.053	-.131	.294	-.175	-.154	-.139	-.175	.216	.469**
	Sig. (2-tailed)	.782	.020	.188	.000	.581	.057	.020		.782	.491	.115	.354	.417	.465	.354	.251	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a9	Pearson Correlation	.086	-.145	-.005	.053	.306	.150	.449*	.053	1	-.067	.404*	-.030	.053	.333	-.030	-.154	.442*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	Sig. (2-tailed)	.651	.444	.978	.782	.101	.428	.013	.782		.724	.027	.875	.782	.072	.875	.417	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a10	Pearson Correlation	.067	-.131	.342	-.131	.356	-.149	-.131	-.131	-.067	1	.111	.149	.196	.000	.447*	.184	.303
	Sig. (2-tailed)	.724	.491	.065	.491	.053	.432	.491	.491	.724		.559	.432	.299	1.000	.013	.331	.103
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a11	Pearson Correlation	-.067	-.196	-.079	.294	.200	.000	.294	.294	.404*	.111	1	-.224	.049	.177	.224	.079	.420*
	Sig. (2-tailed)	.724	.299	.679	.115	.288	1.000	.115	.115	.027	.559		.235	.797	.350	.235	.679	.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a12	Pearson Correlation	-.150	-.175	.176	-.175	.239	-.200	.088	-.175	-.030	.149	-.224	1	.088	-.063	.040	.035	.076
	Sig. (2-tailed)	.428	.354	.352	.354	.203	.289	.645	.354	.875	.432	.235		.645	.740	.834	.853	.689
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a13	Pearson Correlation	.145	-.154	.015	-.154	-.105	.351	-.154	-.154	.053	.196	.049	.088	1	.277	.351	.216	.343
	Sig. (2-tailed)	.444	.417	.935	.417	.581	.057	.417	.417	.782	.299	.797	.645		.138	.057	.251	.063
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

a14	Pearson Correlation	.523**	-.555**	-.111	-.139	.189	-.063	.277	-.139	.333	.000	.177	-.063	.277	1	.316	.111	.422*
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.558	.465	.317	.740	.138	.465	.072	1.000	.350	.740	.138		.089	.558	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a15	Pearson Correlation	.391*	-.175	.176	-.175	.239	.040	-.175	-.175	-.030	.447*	.224	.040	.351	.316	1	.247	.458*
	Sig. (2-tailed)	.033	.354	.352	.354	.203	.834	.354	.354	.875	.013	.235	.834	.057	.089		.189	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a16	Pearson Correlation	.313	-.015	-.068	.216	-.169	.035	-.247	.216	-.154	.184	.079	.035	.216	.111	.247	1	.350
	Sig. (2-tailed)	.092	.935	.720	.251	.373	.853	.188	.251	.417	.331	.679	.853	.251	.558	.189		.058
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumlah	Pearson Correlation	.476**	.050	.525**	.469**	.376*	.496**	.385*	.469**	.442*	.303	.420*	.076	.343	.422*	.458*	.350	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.792	.003	.009	.040	.005	.036	.009	.014	.103	.021	.689	.063	.020	.011	.058	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 6 hasil uji reliabilitas try out

a. Kualitas Pelayanan *Try Out*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	20

b. Kepuasan Peserta *Try Out*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	16

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 7 hasil uji validitas skala kualitas peserta penelitian

Correlations

		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	jumlah
a1	Pearson Correlation	1	.058	.181	-.006	.225	.235	.107	.130	-.020	.360**	.156	.159	.376**
	Sig. (2-tailed)		.633	.135	.962	.061	.050	.376	.282	.869	.002	.196	.188	.001
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a2	Pearson Correlation	.058	1	-.160	.356**	.246*	.323**	.146	.096	.146	.292*	.237*	.353**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.633		.187	.002	.040	.006	.227	.431	.227	.014	.049	.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a3	Pearson Correlation	.181	-.160	1	.009	-.028	.181	.081	.111	.181	.277*	-.078	.065	.293*
	Sig. (2-tailed)	.135	.187		.941	.820	.135	.505	.362	.135	.020	.522	.595	.014
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a4	Pearson Correlation	-.006	.356**	.009	1	-.019	.096	.096	.018	.197	.380**	.272*	.304*	.455**
	Sig. (2-tailed)	.962	.002	.941		.877	.430	.430	.880	.101	.001	.023	.010	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a5	Pearson Correlation	.225	.246*	-.028	-.019	1	.225	.225	.249*	.225	.471**	.462**	.256*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.061	.040	.820	.877		.061	.061	.038	.061	.000	.000	.032	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a6	Pearson Correlation	.235	.323**	.181	.096	.225	1	.490**	.264*	.490**	.262*	.299*	.337**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.050	.006	.135	.430	.061		.000	.027	.000	.028	.012	.004	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a7	Pearson Correlation	.107	.146	.081	.096	.225	.490**	1	.667**	.872**	.067	.299*	.337**	.619**

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	Sig. (2-tailed)	.376	.227	.505	.430	.061	.000		.000	.000	.582	.012	.004	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a8	Pearson Correlation	.130	.096	.111	.018	.249*	.264*	.667**	1	.801**	.097	.479**	.388**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.282	.431	.362	.880	.038	.027	.000		.000	.425	.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a9	Pearson Correlation	-.020	.146	.181	.197	.225	.490**	.872**	.801**	1	.165	.441**	.426**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.869	.227	.135	.101	.061	.000	.000	.000		.173	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a10	Pearson Correlation	.360**	.292*	.277*	.380**	.471**	.262*	.067	.097	.165	1	.240*	.516**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.002	.014	.020	.001	.000	.028	.582	.425	.173		.046	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a11	Pearson Correlation	.156	.237*	-.078	.272*	.462**	.299*	.299*	.479**	.441**	.240*	1	.348**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.196	.049	.522	.023	.000	.012	.012	.000	.000	.046		.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a12	Pearson Correlation	.159	.353**	.065	.304*	.256*	.337**	.337**	.388**	.426**	.516**	.348**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.188	.003	.595	.010	.032	.004	.004	.001	.000	.000	.003		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
jumlah	Pearson Correlation	.376**	.509**	.293*	.455**	.490**	.619**	.619**	.601**	.706**	.656**	.585**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 8 hasil uji validitas skala kepuasan peserta penelitian

Correlations

		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	jumlah
a1	Pearson Correlation	1	-.011	-.044	.088	.149	.245*	.151	.523**	-.044	.752**	-.066	.694**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.926	.720	.468	.217	.041	.212	.000	.720	.000	.590	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a2	Pearson Correlation	-.011	1	.122	-.105	.053	.053	-.006	.082	.122	.112	.026	.140	.310**
	Sig. (2-tailed)	.926		.316	.388	.660	.660	.963	.500	.316	.357	.829	.246	.009
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a3	Pearson Correlation	-.044	.122	1	.139	.256*	.036	-.070	.055	1.000**	.023	.225	-.007	.442**
	Sig. (2-tailed)	.720	.316		.253	.033	.767	.563	.650	.000	.849	.061	.956	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a4	Pearson Correlation	.088	-.105	.139	1	.190	.190	.119	.291*	.139	.271*	-.070	.253*	.343**
	Sig. (2-tailed)	.468	.388	.253		.115	.115	.325	.014	.253	.023	.565	.034	.004
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a5	Pearson Correlation	.149	.053	.256*	.190	1	.107	.007	-.031	.256*	.040	.087	.200	.358**
	Sig. (2-tailed)	.217	.660	.033	.115		.376	.951	.801	.033	.739	.473	.098	.002
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a6	Pearson Correlation	.245*	.053	.036	.190	.107	1	-.097	.165	.036	.229	.087	.200	.358**
	Sig. (2-tailed)	.041	.660	.767	.115	.376		.426	.173	.767	.056	.473	.098	.002
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a7	Pearson Correlation	.151	-.006	-.070	.119	.007	-.097	1	.011	-.070	.209	-.014	.171	.255*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

	Sig. (2-tailed)	.212	.963	.563	.325	.951	.426		.926	.563	.082	.907	.156	.033
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a8	Pearson Correlation	.523**	.082	.055	.291*	-.031	.165	.011	1	.055	.786**	.227	.728**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.500	.650	.014	.801	.173	.926		.650	.000	.059	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a9	Pearson Correlation	-.044	.122	1.000**	.139	.256*	.036	-.070	.055	1	.023	.225	-.007	.442**
	Sig. (2-tailed)	.720	.316	.000	.253	.033	.767	.563	.650		.849	.061	.956	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a10	Pearson Correlation	.752**	.112	.023	.271*	.040	.229	.209	.786**	.023	1	.013	.866**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.357	.849	.023	.739	.056	.082	.000	.849		.916	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a11	Pearson Correlation	-.066	.026	.225	-.070	.087	.087	-.014	.227	.225	.013	1	-.013	.282*
	Sig. (2-tailed)	.590	.829	.061	.565	.473	.473	.907	.059	.061	.916		.918	.018
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
a12	Pearson Correlation	.694**	.140	-.007	.253*	.200	.200	.171	.728**	-.007	.866**	-.013	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.246	.956	.034	.098	.098	.156	.000	.956	.000	.918		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
jumlah	Pearson Correlation	.645**	.310**	.442**	.343**	.358**	.358**	.255*	.705**	.442**	.795**	.282*	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.004	.002	.002	.033	.000	.000	.000	.018	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 9 hasil uji reliabilitas penelitian

1. Kualitas Pelayanan Penelitian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	12

2. Kepuasan Peserta Penelitian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	12

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 10 hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07943233
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		1.237
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Lampiran 11 hasil uji analisis deskriptif

Statistics

		kualitas	kepuasan
N	Valid	70	70
	Missing	0	0
Mean		9.74	9.59
Std. Deviation		2.477	2.312
Variance		6.136	5.348
Range		10	7
Minimum		2	5
Maximum		12	12

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 12 hasil uji regresi linier sederhana

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kepuasan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884[a]	.782	.779	1.087

a. Predictors: (Constant), kualitas

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288.589	1	288.589	244.089	.000[a]
	Residual	80.397	68	1.182		
	Total	368.986	69			

a. Predictors: (Constant), kualitas

b. Dependent Variable: kepuasan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.542	.531		2.904	.005
	kualitas	.826	.053	.884	15.623	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 13 surat izin penelitian

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

13 Desember 2021

Nomor : 1436/FPSI/01.10/XII/2021
Lampiran : -
H a l : **Riset dan Pengambilan Data**

Yth. **Bapak/Ibu Pimpinan**
PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama	:	**Widi Ajeng Lestari Z**
NPM	:	**178600099**
Program Studi	:	Ilmu Psikologi
Fakultas	:	Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar, Jl. Sisingamanagaraja No. 98 Kel. Kahean Kec. Siantar Utara, Pematangsiantar, Sumatera Utara, 21143** guna penyusunan skripsi yang berjudul ***"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar"***. Terhitung Mulai dari Tanggal 1 September 2021 - 30 September 2021.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,

...in Afifah, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

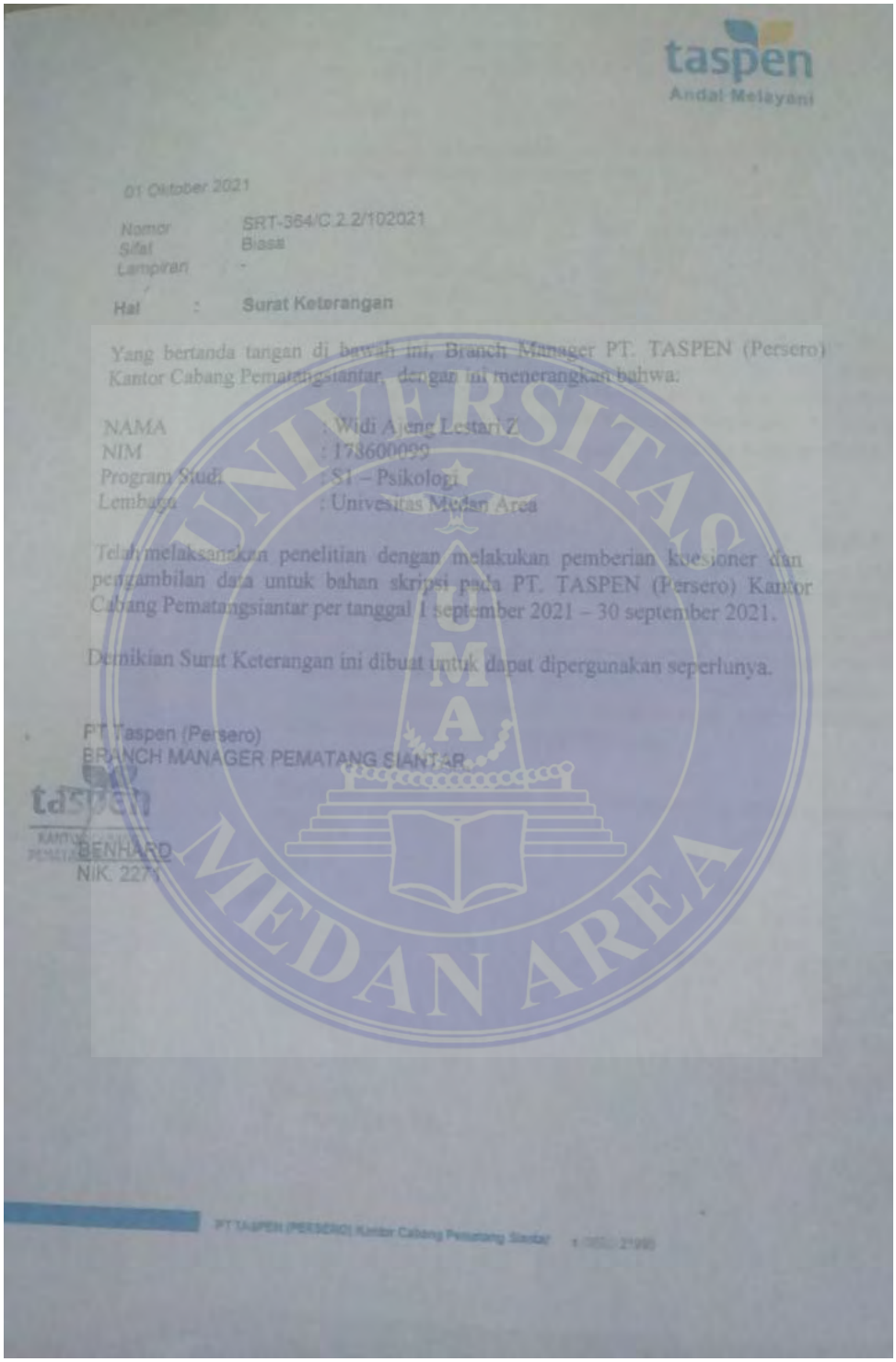
Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip

BAN-PT

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 14 surat selesai penelitian



taspen
Andal Melayani

01 Oktober 2021

Nomor : SRT-364/C.2.2/102021
Sifat : Biasa
Lampiran : -

Hal : **Surat Keterangan**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Branch Manager PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar, dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Widi Ajeng Lestari Z
NIM : 173600099
Program Studi : S1 – Psikologi
Lembaga : Universitas Medan Area

Telah melaksanakan penelitian dengan melakukan pemberian kuesioner dan pengambilan data untuk bahan skripsi pada PT. TASPEN (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar per tanggal 1 september 2021 – 30 september 2021.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

PT Taspen (Persero)
BRANCH MANAGER PEMATANG SIANTAR

taspen

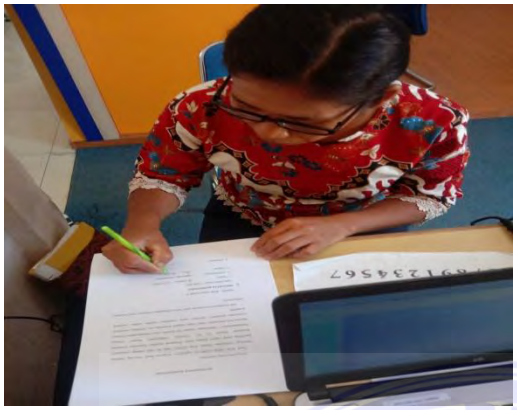
BENHARD
NIK. 2270

PT TASPEN (PERSERO) Kantor Cabang Pematang Siantar

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

Lampiran 15 dokumentasi



© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

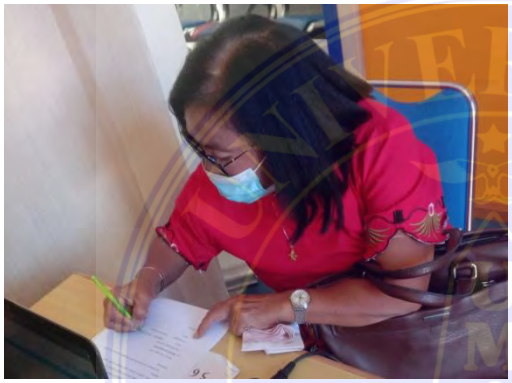
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22



UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 20/6/22
Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22