PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.MANDIRI PERKASA SIBOLGA

SKRIPSI

oleh :

ANESTIA RAMBE

198600282

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2025

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 7/4/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.MANDIRI PERKASA SIBOLGA

SKRIPSI

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

oleh :

ANESTIA RAMBE

198600282

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2025

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga
Nama	:	Anestia Rambe
NPM	:	**198600282**
Fakultas	:	Psikologi

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi. M.Si

Pembimbing

Dr. Siti Aisyah, S.Psi.M.Psi. Psikolog

Dekan

Faadhil, S.Psi, M.Psi. Psikolog

Ketua Prodi Psikologi

Tanggal disetujui : 06 Februari 2025

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

LEMBAR 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 plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 Februari 2025

Anestia Rambe

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

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	: Anestia Rambe
NPM	: **198600282**
Program Studi	: Ilmu Psikologi
Fakultas	: Psikologi
Jenis karya	: 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, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan

Yang menyatakan

(Anestia Rambe)

Document Accepted 7/4/25

© 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)7/4/25

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Anestia rambe lahir di kota Sibolga provinsi Sumatera Utara pada tanggal 12 Mei 2000 merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara

Namun sayangnya, peneliti tidak pernah bertemu dengan abangnya yang kedua dikarenakan sudah berpulang pada tahun 1999.

Peneliti merupakan anak dari pasangan suami istri Bapak Masril Tua Rambe SE, M.Tr.AK dan ibu Ermila Siregar. Peneliti sekarang bertempat tinggal di kota Sibolga Sumatera Utara.

Peneliti memulai pendidikannya di TK Bhayangkari Sibolga pada tahun 2006, lalu melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Swasta Nurul Falah Sibolga lulus pada tahun 2013, lalu melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 6 Sibolga pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Plus Matauli Pandan lulus pada tahun 2019, Dan kemudian melanjutkan jenjang pendidikan S1 di universitas Medan area (UMA) pada tahun 2019.

Selama menempuh pendidikan, penulis banyak sekali mendapatkan pengalaman hidup. Dari yang dikecewakan orang terdekat, teman, dikhianati, diberi harapan, di anggap remeh, mental di jatuhkan habis-habisan, dan masih banyak lagi kekecewaan yang tak bisa di ungkapkan namun hanya bisa dijadikan pelajaran hidup.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga

Anestia Rambe

198600282

Abstrak

Penelitian ini bertujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga. Populasi dalam penelitian ini adalah 150 konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang disusun dengan skala model likert. Dalam melihat apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan melihat dan seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan melalui persamaan linier yang terbentuk, maka dilakukan Uji t. Dengan koefisin t sebesar 3.659, dengan harga p = 0.000 berrarti p<0.01, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima, dalam arti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan besaran pengaruh dalam bentuk linier dapat dituliskan sebagai berikut : y=a + bx, y = 35.864 + 0.1.77*(X). Artinya besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jika tejadi peningkatan variabel X sebanyak 1 poin maka terjadi penurunan kualitas pelayanan sebesar 36.659, dengan konstribusi sebesar 16.30%

Kata Kunci : **Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

Document Accepted 7/4/25

© 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)7/4/25

The Influence Between Service Quality and Consumer Satisfaction at CV. Mandiri Perkasa Sibolga

Anestia Rambe

198600282

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of service quality on consumer satisfaction at CV. Mandiri Perkasa Sibolga. The population in this study was 150 consumers. This research uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data collection method in this research uses a consumer satisfaction scale and service quality which is prepared using a Likert model scale. To see whether consumer satisfaction has an effect on service quality and to see how much influence consumer satisfaction has on service quality through the linear equation formed, a t test is carried out. With a t coefficient of 3.659, with a price of p = 0.000, it means p<0.01, then the hypothesis in this study is accepted, in the sense that there is an influence of service quality on consumer satisfaction, with the magnitude of the influence in linear form can be written as follows: y=a + bx, y = 35.864 + 0.1.77(X). This means that the magnitude of the influence of service quality on consumer satisfaction is that if there is an increase in variable*

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

© 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 7/4/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, pemilik segala ilmu yang telah memberikan segala taufik dan hidayah nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH ANTARA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV MANDIRI PERKASA SIBOLGA. Dengan segala hormat saya mengucapkan terima kasih kepada bapak Khairul Anwar Dalimunthe S.psi. M.psi selaku dosen pembimbing saya yang membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini. Dan saya juga berterima kasih kepada ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, M.Psi selaku ketua, bapak Khairil Fauzan k. S.psi. M.psi selaku dosen pembanding, Ibu Eva Yuliana S.psi, M.psi selaku sekretaris.

Skripsi ini saya persembahkan untuk wanita terhebat saya yaitu ibu ERMILA SIREGAR yang amat saya cintai dan saya sayangi.

Ketika semua orang tidak peduli dan tidak mau tahu tentang saya, ada wanita yang hebat dan tangguh ini yang selalu mendengarkan saya, yaitu mamak saya.

Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan doa baik yang tidak pernah putus Untuk Tia.

Medan, 06 Februari 2025

Hormat Saya

Peneliti

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv
RIWAYAT HIDUP v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Hipotesis Penelitian 7
1.5 Rumusan Masalah 7
1.5.1 Rumusan Masalah 7
1.5.2 Rumusan Masalah 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Kepuasan Konsumen 9
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen 9
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 10
2.1.3 Aspek Kepuasan Konsumen 13
2.1.4 Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen 16
2.2 Kualitas Pelayanan 18
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 18
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 19
2.2.3 Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan 22
2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah 25
2.4 Kerangka Konseptual 26

BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian 27
3.2 Bahan Dan Alat 27
3.3 Metodologi Penelitian 28
3.4 Subjek Penelitian 28

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

3.4.1 Populasi Penelitian 28
3.4.2 Sampel Penelitian 29
3.5 Metodologi Pengumpulan Data 29
3.5.1 Skala Kepuasan Konsumen 29
3.5.2 Skala Kualitas Pelayanan 30
3.6 Metode Analisis Data 31
3.6.1 Validitas Alat Ukur 31
3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur 31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 33
4.1 Hasil Penelitian 33
4.1.1 Uji Validitas 33
4.1.2 Uji Normalitas 34
4.1.3 Uji Linieritas 35
4.1.4 Uji Hipotesis 35
4.1.5 Uji Mean 37
4.1 Pembahasan 38

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 41
5.1 Simpulan 41
5.2 Saran 41

DAFTAR PUSTAKA 43

© 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

DAFTAR TABEL

Tabel	4.1.	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Skala Kualitas Pelanggan	33
Tabel	4.2.	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Skala Kepuasan Konsumen	34
Tabel	4.3.	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	35
Tabel	4.4.	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan	35
Tabel	4.5.	Rangkuman Analisa Regresi Sederhana	36
Tabel	4.6.	Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rata Hipotetik dan Nilai Rata-Rata Empirik	38

© 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)7/4/25

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	**A**	**ALAT UKUR PENELITIAN**	45
LAMPIRAN	**B**	**SEBARAN DATA PENELITIAN**	49
LAMPIRAN	**C**	**ANALISIS DATA**	54
LAMPIRAN	**D**	**SURAT IZIN PENELITIAN**	63

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Jasa pengiriman barang atau ekspedisi merupakan badan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang dan merupakan suatu bentuk layanan publik yang menawarkan kemudahan dalam pelaksanaanya. Pengiriman barang terjadi karena adanya kebutuhan untuk mengirimkan barang dari satu tempat ke tempat lainya. Biasanya pengirim barang terjadi karena beberapa hal yaitu karena adanya transaksi jual beli dan/atau untuk mengisi kebutuhan barang di lokasi lain.

Dalam kegiatan pengiriman barang terdapat hubungan yang saling membantu antara pelaku usaha dengan konsumennya. Dimana kepentingan pelaku usaha yaitu untuk memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen sedangkan kepentingan konsumen yaitu untuk memperoleh kepuasan atas pelayanan Perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau ekspedisi memegang peran penting dalam hal pendistribusian barang karena memudahkan manusia dalam pengiriman barang dengan cepat dan tepat. Per usahaan ekspedisi sebagai pelaksana pengiriman barang juga mempunyai tanggung jawab terhadap konsumennya yaitu tanggung jawab atas suatu barang yang dititpkan oleh pengirim untuk dikirimkan sesuai dengan perjanjian. Pengiriman barang dapat berupa barang elektronik, *logistic*, dokumen, dan lain-lain. Jasa pengiriman barang bisa dijadikan sebagai solusi untuk mereka yang menyukai kepraktisan dan kemudahan dalam hal mengirimkan barang, terlebih lagi jika pengiriman itu menyangkut tentang suatu wilayah diamana tidak dapat dijangkau sendiri oleh

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

masyarakat selaku konsumen. Saat ini kebutuhan pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap individu. Semua individu mebutuhakan pengiriman barang yang aman, cepat dan tepat waktu sampai ke tempat tujuan. Guna mempelancar kegiatan pengiriman barang, umumnya perusahaan tidak mengangkut barangnya sendiri melainkan menggunakan sarana angkutan yang bukan milik perusahaan seperti kapal laut, kereta api, pesawat udara, dan truck. Hubungan antara pelaku perusahaan jasa pengiriman barang dengan konsumennya seringkali menemui kendala yang diakibatkan oleh masalah teknis dalam proses pengiriman barang. hal ini membutuhkan kepuasan konsumen.

Keadaan dunia usaha yang berubah seiring dengan perubahan selera Konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya serta kebutuhan konsumen yang terus meningkat dapat menjadi peluang bisnis bagi para pelaku bisnis. Karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kebutuhan masyarakat. Perusahaan yang bergerak di bidang ritel selalu berusaha memikat hati Konsumennnya dengan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui produk yang berkualitas, harga bersaing, kenyamanan berbelanja maupun pelayanan yang ditawarkan perusahaan ritel. Perusahaan selalu berusaha untuk memberikan kepuasan pada konsumen serta menciptakan loyalitas konsumen agar Konsumen bersedia datang kembali untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan Konsumen dapat dicapai apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpengaruhi serta mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik dan sesuai dengan apa yang diinginkannya. Salah satu tujuan perusahaan adalah mempertahankan eksistensi kinerjanya sehingga mencapai suatu tingkat

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

pertumbuhan yang diinginkan. Perusahaan akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran dengan tujuan untuk mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal

Berdasarkan hasil interview peneliti dengan pimpinan yang memiliki jabatan di CV. Mandiri Perkasa beliau mengungkapkan bahwa Konsumen tidak memiliki *Kepuasan*, atau yang cenderung sering komplain terhadap pelayanan perusahaan, dapat terlihat dari beberapa dampak negatif Tidak tercapainya target perusahaan,banyaknya protes,menurunnya pendapatan perusahaan,menurunnya perputaran konsumenyang kembali memakai jasa perusaa. Hal ini dapat menghasilkan pekerjaan yang tidak memenuhi standar yang diharapkan, meningkatkan tingkat kesalahan, dan berpotensi merugikan reputasi perusahaan. Pegawai tersebut juga mengungkapkan bahwa Konsumen yang memakai jasa expedisi CV.Mandiri Perkasa jarang ada yang kembali untuk memakai jasa kami dari hasil interview pada Pegawai di perusahan peneliti melihat bahwa masih banyak Konsumen yang tidak memiliki Kepuasan Konsumen pada perusahaan.

Konsumen yang memiliki kepuasan yang tinggi menurut Setiawan, R. N. B., & Sunyoto, D. (2022). memiliki ciri-ciri yaitu adanya Harapan Terpenuhi: Kepuasan konsumen muncul ketika produk atau layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan seringkali muncul ketika konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari yang mereka harapkan,Respons Positif: Konsumen yang puas cenderung merespons positif terhadap merek atau perusahaan. Ini dapat terlihat dalam bentuk ulasan positif, rekomendasi, atau keinginan untuk berinteraksi lebih lanjut dengan

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

perusahaan,Loyalitas: konsumen yang puas cenderung menjadi konsumen setia yang terus menggunakan jasa atau layanan dari perusahaan yang sama.

Berdasarkan ciri-ciri yang telah disebutkan sebelumnya ternyata pada jasa CV. Mandiri Perkasa menunjukkan bahwa Konsumen tidak menunjukkan ciri-ciri Kepuasan tersebut. Konumen tidak menunjukkan Kepuasan yang tinggi dapat dilihat dari banyaknyakonsumen yang mengeluh terhadap jasa yang di berikan perusahaan , yang berdampak pada berkurangnya pemakasi jasa layanan ekspedisi sehingga mengakibatkan menurunnya pendapatan perusahaan.

Hal ini di perkuat dari hasil wawancara konsumen yang sedang menggunakan jasa ekspedisi CV. Mandiri Perkasa. Pada subjek pertama berinisial ”HT” Saya merasa kurang puas dengan pelayanan CV. Mandiri Perkasa dimana saya sering menggunakan jasa ekspedisi CV. Mandiri perkasa dengan situasi yang ramai konsumen sehingga saya harus bersabar dalam keterlambatan pengiriman barang tersebut. Saya juga pernah mengalami kerusakan barang karena kelalayan dari pihak perusahaan yang mengakibatkan barang saya basah, Beberapa dampak yang dialami oleh perusahaan akan kurangnya kepuasan konsumen terhadap jasa yang dipakai meliputi : Konsumen yang tidak puas dengan layanan ekspedisi cenderung mencari penyedia jasa ekspedisi lain yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dan Biaya Kompensasi dan Pengembalian: Ketidakpuasan konsumen sering kali menghasilkan permintaan kompensasi, pengembalian dana, atau pengiriman ulang barang.

Dari hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa Konsumen yang memakai jasa CV. Mandiri Perkasa mamiliki Kepuasan yang rendah. menurut Menurut Kotler (2017) rendahnya kepuasan konsumen dapat dilihat dari perasaan

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk atau layanan dan harapan-harapan nya.

Sebaliknya, Konsumen yang memiliki Kepuasan yang tinggi akan menunjukkan sikap yang loyal akan selalu melakukan pemakaian jasa yang berulang dikemudian hari, jika mereka membutuhkan produk atau jasa yang sama. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Porral & Lang (2015). Konsumen yang puas akan memakai jasa yang ditawarkan dan mempengaruhi calon konsumen lain untuk membeli produk dan jasa dari sebuah perusahaan (Pollack, 2014). Sejalan dengan penelitian Bunker *et al*. (2013) yang membuktikan bahwa konsumen yang puas akan menyarankan/berkata positif mengenai perusahaan kepada orang lain/*word of mouth* (WOM).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan CV. Mandiri Perkasa yang bergerak pada bidang jasa ekspedisi terdapat permasalahan masih banyak konsumen yang merasa tidak puas dengan jasa ekspedisi yang diberikan oleh CV. Mandiri Perkasa yang ditandai dengan komplain dari konsumen seperti keterlambatan pengiriman barang dan kerusakan pada barang konsumen disaat pengiriman berlangsung.

Salah satu faktor yang mempengaruhinya kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013) adalah kualitas pelayanan. Bidang jasa pada kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai pada yang diharapkan. Konsumen yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Persepsi terhadap produk perusahaan cenderung membuat konsumen yang puas.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Berdasarkan fenomena yang tergambar diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah : Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

1.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang muncul dalam latar belakang penilitian ini, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut: terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Dengan asumsi bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi Kepuasan Konsumen. Demikian sebaliknya, semakin rendah Kualitas Pelayanan maka semakin rendah Kepuasan Konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis :

1.5.1. Manfaat Teoritis

a. Diharapkan penelitian ini secara teoritis dapat menambah dan memperkaya khasanah keilmuan mengenai kepuasan konsumen dan khususnya ilmu psikologi industri dan organisasi terkait dengan kualitas pelayanan.

b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5.2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan sumber informasi dan meningkatkan kesadaran terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini dimaksudkan agar suatu saat dapat menjadi tolak ukur untuk mengidentifikasi opini tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Konsumen

2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2000) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan konsumen adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja di bawah harapan, konsumen kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen puas. Kalau kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas, senang atau gembira.

Kotler dan Keller (2008) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas atau kecewa. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang.

Dari pendapat para ahli di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen akan merasa puas jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi konsumen. Akan tetapi jika konsumen kinerja produk

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas atau kecewa. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang.

2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2016) mengungkapkan bahwa ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
c. Emosi, yaitu 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.
d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
e. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

Sedangkan menurut Lovelock et al., (Hutasoit, 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni:

a. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik utama konsumen dalam mempertimbangkan produk yang akan dibeli.
b. Ciri-ciri atau keisimewaan tambahan (*features*) dari fungsi dasar, yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangnya, yakni karakteristik sekunder atau pelengkap.
c. Keandalan (r*eliability*), jarang terjadi suatu barang atau jasa rusak dan gagal fungsi dalam periode waktu dan kondisi tertentu.
d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), konsumen menginginkan karakteristik desain dan operasi telah memenuhi standar yang telah ditetapkan.
e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan umur teknis dan umur ekonomis produk.
f. Mudah diperbaiki (*serviceability*) adanya kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
g. Estetika (*aesthetics)*, daya tarik produk menurut pengindraan konsumen.
h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), tanggung jawab perusahaan mengenai barang atau jasanya, citra dan reputasi produk.

Selanjutnya menurut Tjiptono (2015), faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

a. Produk

Kualitas produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap produk ini meliputi: jenis produk, mutu, atau kualitas produk dan persediaan produk.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

c. Promosi

Dasar penelitian promosi yaitu mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada v sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

e. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan v dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

g. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena jika perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi, promosi dan suasana.

2.1.3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Tjiptono dan Diana (2015) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima aspek pada kepuasan konsumen yaitu:

© 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

a. *Expectations* (harapan) diartikan konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk.
b. *Performance* (kinerja) yaitu selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.
c. *Comparison* (perbandingan) yaitu setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen.
d. *Confirmation* atau *disconfirmation* yaitu penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
e. *Discrepancy* (ketidaksesuaian) yaitu diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

Menurut Dutka (dalam Saidani & Arifin, 2012) terdapat tiga aspek dalam mengukur kepuasan konsumen secara *universal* yaitu:

a. *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
b. *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

c. *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Selanjutnya menurut Supranto (2017), yang menjadi aspek-aspek kepuasan konsumen adalah :

a. *Availability of Service* (Ketersediaan Layanan), meliputi kenyamanan, mudah diperbaiki, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
b. *Responsiveness of Service* (Responsivitas Layanan), merupakan kondisi dimana penyedia layanan dapat beraksi dan menangani seluruh permintaan maupun keluhan konsumen.
c. *Timeliness of Service* (Ketepatan Waktu Layanan), merupakan kondisi dimana pekerjaan di selesaikan oleh penyedia layanan sesuai dengan perjanjian yang disepakati dengan konsumen.
d. *Professionalism of Service* (Profesionalisme Layanan), merupakan kondisi dimana penyedia layanan bersikap secara profesional ketika melaksanakan pekerjaannya dan menangani seluruh permintaan konsumen.
e. *Overall Satisfaction Service* (Kepuasan Layanan secara Keseluruhan), merupakan kondisi dimana penyedia layanan dapat

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

memberikan pelayanan dan perlakuan secara baik dan maksimal kepada konsumen.

Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan oleh ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen di dalamnnya terdapat aspek terdiri dari *ex pect at ions* (harapan), *perf orm ance* (kinerja), *com parison* (perbandingan), *confirmation* atau *disconfirmation*, *discrepancy* (ketidaksesuaian), *attributes related to product*, *atributes related to* service, *Attributes related to purchase.*

2.1.4. Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2016) ciri-ciri konsumen yang puas dengan produk/jasa yang dibeli adalah sebagai berikut :

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth comunnication) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Sejalan dengan Supranto (2006) yang menyatakan bahwa ciri-ciri konsumen yang puas akan menjadi loyal dengan ciri-ciri sebagai berikut :

a. Membeli produk/jasa berkali-kali (minimal 3 kali)
b. Mengajak orang lain membeli
c. Membicarakan hal-hal baik mengenai brand kepada orang lain (*word of mouth communication*),
d. Menjadi tidak mudah dipengaruhi oleh brand pesaing.

Sedangkan menurut Elitan (dalam Ika, 2010) dinyatakan bahwa ciri-ciri kepuasan konsumen yaitu tidak adanya keluhan atau keluhan yang selalu teratasi, adanya kesesuaian antara ekspektasi atau harapan konsumen dengan performansi produk. Konsumen yang telah puas tidak akan mengeluhkan produk maupun jasa yang dikonsumsi karena kinerja produk dapat diterima oleh konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulan bahwa ciri-ciri kepuasan konsumen yaitu pelanggan yang loyal terhadap produk/jasa, tidak adanya keluhan dari konsumen, konsumen akan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain, pembelian produk/jasa secara berulang.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu pandangan ciri sifat suatu produk atau pelayanan yang menyesuaikan pada kemampuannya untuk menyenangkan kebutuhan yang menyatakan atau tersirat (Kotler, 2003). Menurut (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun pelayanan yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Pelayanan akan diterima oleh nasabah apabila sesuai dengan yang diharapkan. Menurut (Tjiptono, 2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan nasabah baik dari produk maupun pelayanan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Kualitas pelayanan adalah sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan pemikiran nasabah.

Garvin (dalam Lovelock dan Wirtz, 2014) mengidentifikasi perspektif mengenai kualitas dalam lima arti yang berbeda sesuai dengan konteksnya, salah satu diantaranya adalah definisi dalam kacamata nasabah, yang berarti kualitas diawali dengan sebuah jaminan bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Perspektif ini cenderung bersifat subjektif, karena berorientasi pada permintaan dan mengakui bahwa konsumen yang berbeda memiliki keinginan serta kebutuhan yang berbeda.

Menurut kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Persaingan di era global ini dapat dimenangkan jika

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi yang membuat beda dengan perusahaan sejenis (Putra et al., 2016). Menurut Saleh (2010), kualitas pelayanan adalah suatu hasil yang harus diperoleh dan dilakukan dengan suatu tindakan. tetapi tindakan tersebut harus memiliki kesan yang baik dan dapat dirasakan serta diingat. Efeknya yaitu nasabah dapat lebih aktif dalam suatu pelayanan produk dan jasa perusahaan. Dengan kondisi tersebut maka diperlukan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen bisa merasa puas terhadap apa yang diinginkankannya.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli, penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah mutu yang diberikan oleh sebuah perusahaan yang diinginkan dapat terpenuhi kebutuhan nasabah dan dapat membuat pandangan bagi nasabah bahwa kualitas pelayanan bisa diterima sesuai pengharapan nasabah.

2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

a. Kualitas Teknik, yaitu hal yang berhubungan dengan apa yang diperoleh oleh nasabah, contohnya harga, ketepatan waktu, kecepatan.
b. Hal yang berkaitan dengan penyampaian suatu produk barang atau pelayanan kepada nasabah.
c. Nama baik 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Menurut (Moenir, 2002) kualitas pelayanan memiliki beberapa faktor yaitu:

a. Faktor Kesadaran Faktor ini mengarah pada kejiwaan seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketepatan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan kesadaran akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan.
b. Faktor Aturan Faktor aturan adalah faktor perangkat penting dalam tindakan dan perbuatan seseorang. Oleh karena itu, secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh dengan adanya aturan ini seseorang akan mempunyai pertimbangan dan menentukan langkah selanjutnya.
c. Faktor Organisasi Faktor organisasi tidak hanya terdiri dari susunan organisasi. Faktor organisasi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja sehingga dalam organisasi perlu adanya sarana pendukung berupa sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja.
d. Faktor Pendapatan Pendapatan yang diterima oleh seseorang merupakan imbalan atau tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan orang tersebut. Pendapatan ini berbentuk uang, aturan atau fasilitas dalam waktu-waktu tertentu.
e. Faktor Kemampuan Faktor kemampuan adalah kemampuan yang diukur untuk mengetahui sejauh mana pegawai dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai apa

© 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

yang diharapkan. Pegawai adalah faktor yang berhubungan langsung dengan pemakai barang atau jasa di koperasi sehingga peran pegawai merupakan faktor yang cukup berpengaruh.

f. Faktor Sarana Pelayanan Segala jenis peralatan, perlengkapan, dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan.

Menurut Adya dan Atep (Priansa, 2017), faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

a. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan
b. Pelayanan yang berkualitas yang dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.
c. Pola manajemen perusahaan

   Pola manajemen yang mensejahterakan dan tidak membebani karyawan dapat mendukung karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.
d. Pengembangan sumber daya manusia

   Karyawan perlu dikembangkan kemampuan dan potensinya sehingga nantinya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.
e. Keselarasan hubungan kerja

   Pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dapat didukung dengan adanya hubungan kerja yang selaras di antara karyawan karena menciptakan situasi keakraban dan kehangatan.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

f. Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan berkerja dan menampilkan performansi kerja yang maksimal, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.

g. Kebijakan pemberian insentif

Pemberian insentif yang adit sesuai dengan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan akan menciptakan kepuasan kerja karyawan dan mendukung ke arah terciptanya kualitas pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan hal tersebut maka disimpulkan faktor – faktor kualitas pelayanan adalah kualitas teknik, hal yang berkaitan dengan penyampaian, dan nama baik perusahaan.

2.2.3. Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan

Ada lima aspek Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2011) yaitu :

a. *Tangible* (fasilitas fisik)

Tangible merupakan bukti langsung dari fasilitas fisik perusahaan seperti gedung, peralatan, serta penampilan dari pekerja. Perusahaan yang memiliki fasilitas fisik yang baik akan mempengaruhi penilaian para nasabah. Jika fasilitas yang diberikan ataupun servis yang diterima nasabah baik maka akan mempengaruhi juga evaluasi pada pelayanan tersebut.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

b. *Reliability* (kehandalan)

Kehandalan merupakan suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah disepakati dengan nasabah. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan nasabah.

c.*Responsivenes* (Daya Tanggap)

Respon yang diberikan perusahaan kepada nasabah merupakan suatu komitmen yang dilakukan untuk membantu nasabah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.

d. *Assurance* (jaminan)

Jaminan merupakan tindakan para karyawan dalam dalam menumbuhkan kepercayaan karyawan terhadap perusahaan tersebut. Jaminan ini mencakup *kompetensi, courtesy, credibility, dan security*

e.*Emphaty* (Empati)

Empati merupakan kemampuan karyawan dalam memahami nasabah melalui komunikasi yang terjalin. Kemampuan komunikasi karyawan dalam menjelaskan produk atau pelayanan yang tersedia membuat dampak positif pada penilaian pengguna pelayanan, yang terpenting adalah memahami kebutuhan dan keinginan dari nasabah.

Menurut David Griffin (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2012) aspek kualitas pelayanan ada 6 yaitu :

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

a. Performance (kinerja), berkaitan dengan aspek fungsional pertimbangan dari konsumen ketika membeli suatu produk.
b. Feature (keistimewaan tambahan), merupakan aspek yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
c. Reliability (kehandalan), berkaitan dengan tingkat probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam suatu waktu tertentu.
d. Durability (daya tahan), merupakan ukuran masa pakai suatu produk, karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu.
e. Conformance (konformasi), berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
f. Service ability (kemampuan pelayanan), karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan/kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.

Dengan adanya aspek-aspek dari kualitas pelayanan tersebut maka akan mempermudah perusahaan dalam mengevaluasi produk atau pelayanan yang disediakan. Dapat disimpulkan bahwa terdapat lima aspek kualitas pelayanan yaitu *tangible* (fasilitas fisik), *reliability* (kehandalan), *responsivenes* (daya tanggap), assurance (jaminan) dan emphaty(empati).

2.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Kotler mendefinisikan pelayanan adalah perasaan senang dalam memberikan kemudahan pada orang lain dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

Sehingga pelayanan merupakan suatu bentuk prosedur yang diberikan dalam upayanya memberikan kesenangan kepada orang lain dalam hal ini kepada nasabah. Sedangkan menurut Zeithaml, kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang menentukan kepuasan nasabah di samping harga, situasi, dan faktor personal. Kualitas pelayanan merupakan komponen dari kepuasan konsumen. Dalam hal ini bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Schiffman dan Kanuk (2004) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Rangkuti (2002) menandaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen. Jadi dari beberapa teori yang ada kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Teori ini digunakan dalam penelitian karena mampu mengakomodasi dan mewakili obyek-obyek kualitas produk atau jasa dan kualitas pelayanan dari produk atau jasa yang di teliti.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan nasabah. Adanya kualitas pelayanan yang baik diberikan kepada nasabah maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan bank tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Irnia Fatmawati (2015) yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

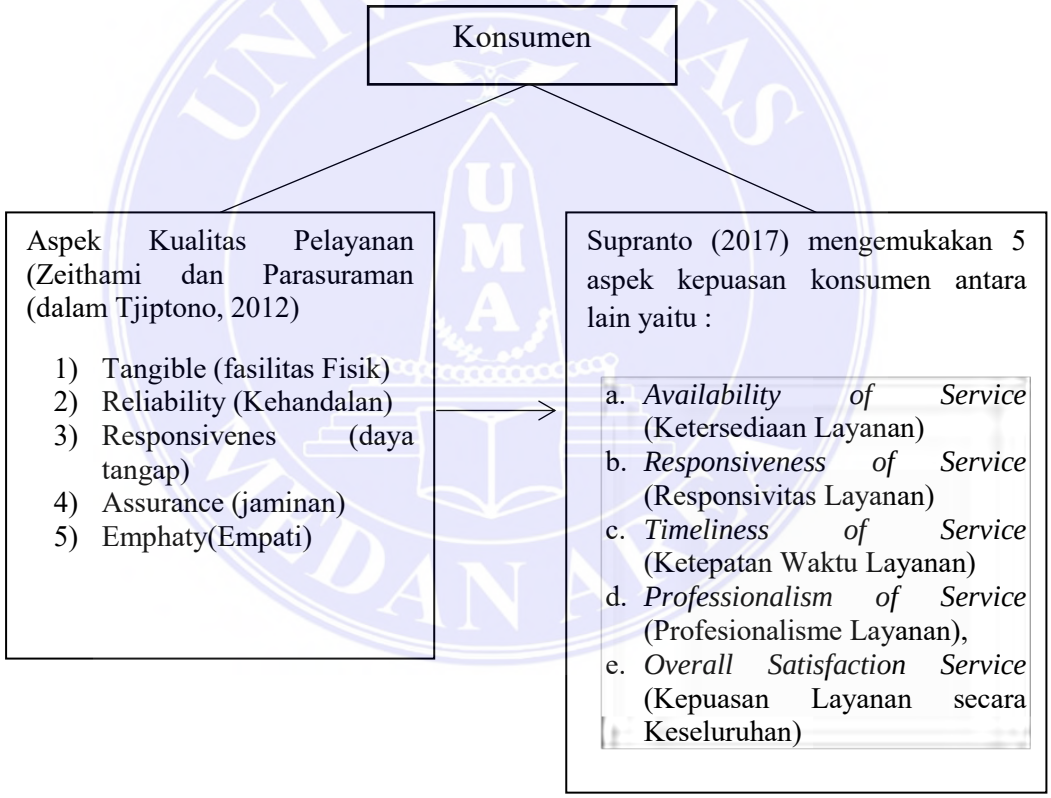
Penelitian yang dilakukan Dian Puspitasari (2015) dengan hasil penelitian kualitas pelayanan dari lima dimensi yang diteliti (*tangible, reliability,*

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

responsiveness, assurance, dan emphaty) secara bersama-sama menunjukkan hasil yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang berarti dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Engkur (2018) menemukan faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah *responsiveness.*

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

2.4. Kerangka Konseptual



Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Mandiri Perkasa Sibolga Sebelum dilakukan penyebaran angket, peneliti sudah melakukan screening data untuk melihat jumlah sampel dalam penelitian.

Pengambilan data subjek telah diambil peneliti sebelumnya guna memenuhi syarat sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah itu peneliti memberikan intruksi seperti : cara mengisi item, dan cara mengisi biodata. Selanjutnya dilakukan pengecekan dan sekaligus penyekoran terhadap skala yang telah terkumpul serta dilanjutkan dengan pengolahan data guna mengetahui validitas dan reliabilitas skala tersebut.

3.2. Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk kertas, peneliti mencetak kuesioner dengan menggunakan seperangkat komputer dan printer. Kuesioner adalah daftar yang berisi pertanyaan atau pernyataan-pernyataan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis (Supratik, 2015). Setelah itu peneliti membagikan kuesioner kepada para sampel yang berada di tempat penelitian. Kemudian sampel tersebut mengisi pernyataan-pernyataan yang berada di kuesioner menggunakan alat tulis (pulpen).

Adapun alat penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras terdiri atas sebuah laptop dengan spesifikasi prosesor Intel Celeron Inside, sedangkan perangkat lunak yang digunakan berupa sistem operasi Microsoft Windows 10. Adapun untuk keperluan

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

analisis data dengan menggunakan SPSS versi 23.0 *for windows*. Kemudian skor yang mewakili pilihan subjek pada setiap butir pernyataan dipindahkan ke tahap berikutnya yaitu *Microsoft Excel* 2010.

3.3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Azwar, 2017) penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menekan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Penelitian ini termasuk dalam penelitian non-eksperimen, dimana peneliti tidak memberikan perlakuan terhadap subjek penelitian.

Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian korelasional bila ditinjau dari judul penelitian. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang memiliki kegunaan untuk mencari hubungan antar dua variable yang akan dicari hubungannya, sehingga diperoleh arah dan kuatnya hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti (Sugiyono, 2012).

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan dari bagian yang diteliti. Populasi merupakan sekelompok orang, peristiwa atau segala sesuatu yang memiliki ciri tertentu. Dengan pengertian yang lebih kompleks populasi adalah bukan hanya jumlah yang terdapat pada subjek yang diteliti, tetapi mencakup seluruh ciri atau sifat yang dimiliki subjek tersebut (Kurniawan & Zarah, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah 150 konsumen.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

3.4.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipandang mewakili populasi untuk dijadikan sebagai sumber data atau informasi dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling.* Adapun jumlah sampel sebanyak 50 orang.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode skala. Pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data bagi penelitiannya (Sugiyono, 2019). Sesuai dengan jenis penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini.

3.5.1. Skala Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen disusun berdasarkan aspek kepuasan konsumen yang disusun dengan model skala Likert mencakup pernyataan *favourable* (positif) atau *unfavourable* (negatif) dengan 4 pilihan jawaban. Nilai 4 menujukan untuk jawaban setuju, nilai 3 menujukan untuk jawaban kurang setuju, nilai 2 menujukan untuk jawaban tidak setuju dan nilai 1 menujukan untuk jawaban sangat tidak setuju. Item yang tidak mendukung (*unfavourable*) nilai 1 untuk pernyataan setuju, nilai 2 untuk pernyataan kurang setuju, nilai 3 untuk pernyataan tidak setuju dan nilai 4 untuk pernyataan sangat tidak setuju.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

Tabel 3,1 Blueprint Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen					
No.	Aspek	Indikator	Favourable	Unfavourable	Total
1.	*Availability of Service* (Ketersediaan Layanan),	Mendapatkan harapan dari produk	1, 7, 19	13, 22, 26	6
2.	*Responsiveness of Service* (Responsivitas Layanan)	Adanya kegiatan mengkonsumsi	14, 23, 27	2, 6, 20	6
3.	*Timeliness of Service* (Ketepatan Waktu Layanan),	Mengevaluasi produk	3, 10, 16	12, 21, 28	6
4.	*Professionalism of Service* (Profesionalisme Layanan),	Memiliki presepsi	18, 24, 29	4, 9, 15	6
5.	*Overall Satisfaction Service* (Kepuasan Layanan secara Keseluruhan)	Mempertimbangkan pilihan	5, 8, 30	11, 17, 25	6
Total			15	15	30

3.5.2. Skala Kualitas Pelayanan

Skala kualitas pelayanan disusun berdasarkan aspek dengan model skala Likert mencakup pernyataan *favourable* (positif) atau *unfavourable* (negatif) dengan 4 pilihan jawaban. Nilai 4 menujukan untuk jawaban setuju, nilai 3 menujukan untuk jawaban kurang setuju, nilai 2 menujukan untuk jawaban tidak setuju dan nilai 1 menujukan untuk jawaban sangat tidak setuju. Item yang tidak mendukung (*unfavourable*) nilai 1 untuk pernyataan setuju, nilai 2 untuk pernyataan kurang setuju, nilai 3 untuk pernyataan tidak setuju dan nilai 4 untuk pernyataan sangat tidak setuju.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Tabel 3,2 Blueprint Kualitas Pelayanan

No	KUALITAS PELAYANAN	INDIKATOR	Aitem		Total
			Favorable	Unfavorable	
1.	*Tangible* (fasilitas Fisik)	Keunggulan store	11, 17, 25	18, 24, 29	**6**
2.	*Reliability* (Kehandalan)	Menangani masalah pelanggan dengan tepat.	5, 8, 30	13, 22, 26	**6**
3.	*Responsivenes* (daya tanggap)	Merespon kebutuhan pelanggan	4, 9, 15	12, 21, 28	**6**
4.	*Assurance* (jaminan)	Menumbuhkan kepercayaan pelanggan	1, 7, 19	3, 10, 17	**6**
5.	Emphaty(Empati)	Memahami pelanggan melalui komunikasi yang terjalin.	2, 6, 20	14, 23, 27	**6**
Total					**30**

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Validitas Alat Ukur

Arikunto (2017) menyatakan bahwa suatu instrument pengukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur (skala) adalah teknik korelasi *product moment* dari Karl Perason dengan SPSS 21,00.

3.6.2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabel dapat juga dikatakan kepercayaan, keajekan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang di ukur memang belum berubah (Azwar, 2011).

Metode analis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Alasan digunakannya teknik ini karena pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh antara suatu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Peneliti menghitung dengan bantuan program IBM SPSS Versi 25 for window.

1) Uji normalitas, bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi dari penelitian,yang variabel bebas dan terikat telah menyebar secara normal.
2) Uji linearitas, digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian, yaitu variabel terikat dan variabel bebas memiliki pengaruh linear.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam untuk melihat apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan melihat dan seberapa besar pengaruh melalui persamaan linier yang terbentuk, maka dilakukan Uji t. Dengan koefisin t sebesar 3.659, dengan harga p = 0.000 berrarti p<0.01, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima, dalam arti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan besaran pengaruh dalam bentuk linier dapat dituliskan sebagai berikut : y=a + bx, y = 35.864 + 0.1.77*(X). Artinya besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jika tejadi peningkatan variabel X sebanyak 1 poin maka terjadi penurunan kualitas pelayanan sebesar 36.659, dengan konstribusi sebesar 16.30%.

5.2 Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain :

1. Saran Kepada Konsumen

   Melihat bahwa hasil penelitian tergolong rendah maka disarankan kepada konsumen agar mampu memilih jasa berdasarkan penawaran dan strategi dalam memilih dan membeli jasa, serta mempertimbangkan kembali apa saja keuntungan yang di dapatkan konsumen dalam membeli jasa. Untuk meningkatkan kualitas diharapkan agar mampu memberikan prioritas layanan serta membuat program berdasarkan tujuan.

Document Accepted 7/4/25
© 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)7/4/25

2. Saran Kepada Perusahaan

   Melihat pentingnya peran perusahaan dalam hal meningkatkan kepuasan, maka disarankan kepada perusahaan agar mampu melihat kondisi pangsa pasar dan menentukan penjualan agar mampu menarik keterikatan konsumen dengan penawaran yang lebih banyak dan hadiah jasa yang lebih lengkap.

3. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

   Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mempertimbangkan jumlah sampel dan analisis data berdasarkan data skunder konsumen, dan melihat faktor lain yang mempengaruhi 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

DAFTAR PUSTAKA

Ambarwati, Y. B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *AKRUAL*, *6*(1), 33–50.

Arikunto, Suharsimi (2014). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta: Rineka Cipta.

Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal, 1(1)*, 21-25.

Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, *3*(2), 107. https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096

Dharmayanti, A. C., Si, M., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square*. *1*(2), 1–13.

Ismail, M. B. A. (2018). *Manajeman Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Kencana.

KLAVERT, L. P. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. UNIT POLITEKNIK*.

Kotler, P. (2003). *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs To Know*. (A. Lastiati, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat

Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2012). *Pemasaran pelayanan manusia, teknologi, strategi.* Jakarta: Erlangga.

Moenir, A. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia.* Jakarta: Bumi Aksara.

Muhammad. (2008). Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam: pendekatan kuantitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Nasfi, Rahmad, Sabri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies, 4*, 19-38.

Nasution, N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu.* Bogor: Ghalia Indonesia.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Noor, F. V. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu).

Olyvia, I. (2010). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Dimensi Dengan Variabel Kepuasan. *Manajemen Surakarta*.

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1994). *Service Quality : A Multiple Item Scale For Measuring Costumer Perception Of Service Quality.*

Prakarsa, I. (2013). Kualitas Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang. *Naskah Publikasi. Universitas Maritim Raja Haji*.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu.* Bandung: Pustaka Setia.

Putra, I. G. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan TerhadapNiat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke DayaTarik Wisata Alas Pala Sangeh. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata,, 2*, 2338–8633.

Qodri, P. (2018). *Hubungan antara Lingkungan Kerja Fisik dengan Kualitas Pelayanan pada Cafe Makyung.*

Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 1*(2), 93-106.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta

Suliyanto. (2006). *Metode riset bisnis.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Ofset.

Tjiptono, & Fandy. (2007). *Service Quality & Satisfaction* (2 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, & Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: Andi Offset.

Vincent, G. (1997). *Manajemen Kualitas.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed.* Mc.Graw-Hill. Boston

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

LAMPIRAN A

ALAT UKUR 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

IDENTITAS SAMPEL

Nama: ..... (boleh inisial)

FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Saya mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang sedang melakukan penelitian, untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Psikologi pada program Sarjana Strata 1 Universitas Universitas Medan Area. Ditengah kesibukan saudara saat ini, perkenankanlah saya memohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi pernyataan skala yang telah saya lampirkan.

Jawablah setiap nomor pernyataan sesuai keadaan, perasaan, dan pikiran Anda. Kerja sama saudara sangat saya butuhkan sebagai sarana penelitian dalam penyusunan skripsi. **Penelitian ini sangat mengharapkan kejujuran dan keseriusan dalam memberikan jawaban**. Jawaban sama sekali tidak mempengaruhi hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas maupun pekerjaan Anda. Peneliti menjamain kerahasiaan saudara.

II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Tulislah Identitas Anda pada tempat yang telah disediakan.
2. Di dalam skala ini akan disajikan sejumlah pernyataan, bacalah setiap pernyataan dengan teliti. Tugas Anda adalah memilih salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Anda. Jawaban diberikan dengan memberikan **tanda silang (X)** pada kolom yang telah disediakan di setiap butir butir pernyataan. Dan setiap butir pernyataan jangan sampai terlewati. Adapun pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

   SS : Bila merasa **SANGAT SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.
   S : Bila merasa **SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.
   TS : Bila merasa **TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.
   STS : Bila merasa **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.

2. Anda diharapkan menjawab semua pernyataan, **jangan sampai ada yang terlewatkan.**
3. Angket ini bukanlah suatu tes, jadi tidak ada jawaban yang salah. Semua jawaban adalah benar, asal benar-benar sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri Anda.
4. Kesungguhan dan jawaban yang sesuai keadaan yang sebenarnya dalam memilih tanggapan sangat menentukan kualitas penelitian ini.

Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Skala Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya tetap menggunakan jasa CV.Mandiri Perkasa setiap ada barang yang ingin dikirim.	SS	S	TS	STS
2.	Saya akanmempertimbangkan Expedisi lain sebagai layanan pengiriman saya	SS	S	TS	STS
3.	Saya merasa hanya di CV. Mandiri Perkasa saya dapat mengirim barang tepat waktu	SS	S	TS	STS
4.	Saya memilih CV. Mandiri Perkasa karena dekat dengan rumah saya	SS	S	TS	STS
5.	Sebelum menggunakan CV. Mandiri Perkasa saya sudah mencoba tempat	SS	S	TS	STS
6.	Saya hanya tidak tertarik untuk mencoba jasa lain yang ditawarkan	SS	S	TS	STS
7.	Saya akan berlangganan dengan jasa cv. Mandiri perkasa walau beberapa kali mengalami keterlambatan pengiriman	SS	S	TS	STS
8.	Saya memilih CV. Mandiri Perkasa dengan pertimbangan perawaran yang berbeda	SS	S	TS	STS
9.	Pengiriman di CV. Mandiri Perkasa tidak memiliki kualitas	SS	S	TS	STS
10.	Saya melihat CV. Mandiri Perkasa lebih unggul dari lainnya	SS	S	TS	STS
11.	Saya belum pernah menggunakan CV. Mandiri Perkasa	SS	S	TS	STS
12.	Sering kali keluhan saya diabaikan sehingga saya tidak percaya pada jasa lain yang dimiliki jasa Expedisi lain	SS	S	TS	STS
13.	Saya tidak menggunakan jasa Expedisi perusahaan ini untuk yang berkelanjutan	SS	S	TS	STS
14.	Saya sangat merasakan manfaat yang efisien pada jasa CV.Mandiri Perkasa sehingga saya akan tetap menggunakan jasa ini.	SS	S	TS	STS
15.	Pengiriman di CV. Mandiri Perkasa digunakan orang-orang tertentu	SS	S	TS	STS
16.	Saya menggunakan jasa CV. Mandiri Perkasa yang promonya lebih banyak	SS	S	TS	STS
17.	Saya tetap tertarik menggunakan CV. Mandiri Perkasa dibandingkan tempat lain	SS	S	TS	STS
18.	Saya memilih menggunakan jasa CV. Mandiri Perkasa karena kebutuhan	SS	S	TS	STS
19.	Saya hanya akan mencoba jasa CV.Mandiri Perkasa	SS	S	TS	STS
20.	Saya akan mempertimbangkan jasa expedisi lain lain.	SS	S	TS	STS
21.	Saya percaya jasa lain memperhatikan dengan baik setiap layanan yang mereka berikan	SS	S	TS	STS
22.	Setelah mencoba menggunakan jasa CV.Mandiri Perkasa saya merasa kurang puas sehingga saya akan menggunakan Jasa expedisi lain ketika pengiriman saya sudah selesai.	SS	S	TS	STS
23.	Saya menggunakan jasa CV.Mandiri Perkasa karena alasan memperhatikan Penampilan dan tata kerama yang baik secara jangka panjang.	SS	S	TS	STS
24.	Tidak ada kelemahan yang saya rasakan di CV. Mandiri Perkasa	SS	S	TS	STS
25.	Memilih CV. Mandiri Perkasa bukanlah salah satu tujuan saya	SS	S	TS	STS
26.	Saya menggunakan jasa selain jasa CV.Mandiri Perkasa.	SS	S	TS	STS
27.	Saya tetap menggunakan jasa CV.Mandiri Perkasa karena memiliki reputasi yang bagus.	SS	S	TS	STS
28.	Saya merasa puas ketika menggunakan jasa CV.Mandiri Perkasa, sehingga saya yakin jika jasa expedisi lain juga memuaskan	SS	S	TS	STS
29.	Pengiriman di CV. Mandiri Perkasa dapat diandalkan kualitasnya	SS	S	TS	STS
30.	Saya menggunakan CV. Mandiri Perkasa giriman yang memiliki keunggulan	SS	S	TS	STS

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Skala Kepuasan kosumen

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Karyawan CV.Mandiri Perkasa selalu tersenyum dan bersikap ramah kepada konsumen	SS	S	TS	STS
2.	Karyawan pada jasa layanan ini selalu mendengarkan dengan baik kebutuhan atau masalah yang saya sampaikan.	SS	S	TS	STS
3.	Saya pernah mendapatkan informasi yang tidak akurat atau tidak tepat dari staf layanan ini	SS	S	TS	STS
4.	Jasa ini merespons kebutuhan atau permintaan saya dengan cepat setiap kali saya memerlukannya.	SS	S	TS	STS
5.	Karyawan CV.Mandiri Perkasa melayani konsumen dengan cepat dan tepat	SS	S	TS	STS
6.	Saya merasa jam operasional sesuai kebutuhan konsumen	SS	S	TS	STS
7.	Tingkat keamanan dan kenyamanan jasa yang diberikan Karyawan CV.Mandiri Perkasa sudah memenuhi keinginan saya	SS	S	TS	STS
8.	Saya merasa CV.Mandiri Perkasa siap melayani pengiriman baik secara offline maupun online	SS	S	TS	STS
9.	Jasa yang diberikan merupakan jasa terpercaya dan amanah	SS	S	TS	STS
10.	Kenyamanan dan keamanan CV.Mandiri Perkasa harus diperbaiki lebih baik	SS	S	TS	STS
11.	Ruangan costumer service expedisi Cv.mandiri perkasa sangat rapi dan bersih	SS	S	TS	STS
12.	Karyawan CV. Mandiri Perkasa menyampaikan informasi dengan bertele-tele	SS	S	TS	STS
13.	Saya merasa CV.Mandiri Perkasa tidak bisa mengikuti perkembangan persaingan jasa ekspedisi	SS	S	TS	STS
14.	Karyawan CV.Mandiri Perkasa tidak mampu bertata kerama pada pekerjaannya	SS	S	TS	STS
15.	Saya mendapatkan bantuan atau solusi yang dibutuhkan dalam waktu yang singkat	SS	S	TS	STS
16.	CV. Mandiri perkasa sudah banyak dikenal oleh masyarakat	SS	S	TS	STS
17.	Karyawan CV.Mandiri Perkasa berpenampilan rapi	SS	S	TS	STS
18.	Penampilan Karyawan CV.Mandiri Perkasa terkadang kurang rapi	SS	S	TS	STS
19.	Layanan ini memberikan informasi yang akurat dan tepat tentang layanan yang mereka berikan.	SS	S	TS	STS
20.	Saya merasa diperlakukan dengan perhatian dan empati yang baik oleh karyawan	SS	S	TS	STS
21.	Pelayanan terhadap konsumen sangat lambat	SS	S	TS	STS
22.	Terkadang saya mendapati karyawan yang tidak mengikuti prosedur yang di tetapkan	SS	S	TS	STS
23.	Saya mengalami kekurangan dalam pelayanan empati dari staf layanan ini	SS	S	TS	STS
24.	Ruangan costumer service expedisi Cv.mandiri perkasa kurang dirawat dan kurang bersih	SS	S	TS	STS
25.	Karyawan perusahaan menggunakan seragam	SS	S	TS	STS
26.	Terkadang saya mendapati Karyawan CV.Mandiri Perkasa sangat lambat dalam pengiriman barang konsumen	SS	S	TS	STS
27.	Terkadang saya merasa bahwa staf layanan ini kurang memperhatikan atau mendengarkan masalah saya dengan baik.	SS	S	TS	STS
28.	Ketika mengalami kendala, konsumen harus menunggu lama untuk mendaptkan perbaikan	SS	S	TS	STS
29.	Karyawan CV.Mandiri Perkasa tidak bekerja sesuai SOP	SS	S	TS	STS
30.	Jasa ini mengikuti prosedur yang telah di tetapkan.	SS	S	TS	STS

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

LAMPIRAN B

SEBARAN DATA 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3
6	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
7	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
8	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4
9	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3
10	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2
11	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3
13	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
14	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
15	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
16	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
17	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
19	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
20	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
21	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
22	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
23	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
24	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

26	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2
27	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
28	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
29	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
30	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3
31	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
32	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
33	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
34	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
35	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
36	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
37	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
38	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2
39	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3
40	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2
41	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2
42	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
44	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2
45	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
49	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
50	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2
3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3
5	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
6	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	4
7	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4
8	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4
9	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2
10	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
11	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3
12	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2
13	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
14	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
15	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
16	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
17	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
18	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
19	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2
20	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
21	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
22	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
23	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
25	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

26	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
27	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
28	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
30	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
31	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2
32	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3
33	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
34	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
35	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
36	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
37	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2
38	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
39	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
40	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
41	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
42	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
43	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
45	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
46	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3
47	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
48	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
49	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
50	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2

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 7/4/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

LAMPIRAN C

ANALISIS DATA

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

KUALITAS PELAYANAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	80.7000	514.704	.782	.982
VAR00002	80.5000	510.990	.823	.982
VAR00003	80.5800	522.902	.728	.982
VAR00004	80.6600	515.413	.790	.982
VAR00005	80.5600	515.109	.791	.982
VAR00006	80.5600	520.496	.683	.982
VAR00007	80.5000	521.398	.682	.982
VAR00008	80.5800	517.024	.690	.982
VAR00009	80.6800	517.161	.751	.982
VAR00010	80.6600	508.556	.824	.982
VAR00011	80.6400	514.888	.762	.982
VAR00012	80.6000	513.184	.786	.982
VAR00013	80.5800	520.126	.745	.982
VAR00014	80.5200	515.928	.744	.982
VAR00015	80.6200	512.526	.766	.982
VAR00016	80.5200	511.642	.789	.982
VAR00017	80.5800	524.208	.677	.982
VAR00018	80.6200	506.812	.871	.982
VAR00019	80.6800	516.753	.798	.982
VAR00020	80.7200	515.798	.765	.982
VAR00021	80.6000	511.061	.795	.982
VAR00022	80.6000	518.735	.704	.982
VAR00023	80.4800	515.275	.773	.982
VAR00024	80.4600	514.621	.756	.982
VAR00025	80.5800	520.657	.691	.982
VAR00026	80.5400	514.702	.792	.982
VAR00027	80.5800	515.351	.797	.982
VAR00028	80.5400	514.866	.787	.982
VAR00029	80.7000	518.704	.752	.982
VAR00030	80.5600	512.007	.798	.982

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
82.6600	542.066	23.28230	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 7/4/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

KEPUASAN KONSUMEN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	100.9800	831.122	.725	.986
VAR00002	100.8600	825.633	.783	.986
VAR00003	100.9000	834.663	.744	.986
VAR00004	101.0400	824.856	.831	.986
VAR00005	100.9600	827.060	.810	.986
VAR00006	100.8800	830.026	.718	.986
VAR00007	100.8400	830.504	.744	.986
VAR00008	100.9000	822.337	.776	.986
VAR00009	100.9800	831.653	.743	.986
VAR00010	101.0400	830.202	.706	.986
VAR00011	100.9400	821.282	.794	.986
VAR00012	100.9600	828.692	.741	.986
VAR00013	100.9600	831.713	.760	.986
VAR00014	100.9000	821.929	.807	.986
VAR00015	101.0400	829.835	.742	.986
VAR00016	100.8200	821.416	.832	.986
VAR00017	100.9000	836.500	.692	.986
VAR00018	100.9600	821.264	.829	.986
VAR00019	100.9600	837.958	.703	.986
VAR00020	100.9200	824.810	.780	.986
VAR00021	100.9400	824.466	.773	.986
VAR00022	101.0200	827.326	.758	.986
VAR00023	100.9000	822.827	.788	.986
VAR00024	100.9000	825.847	.772	.986
VAR00025	100.8600	834.653	.715	.986
VAR00026	100.8200	825.130	.803	.986
VAR00027	100.9600	830.407	.728	.986
VAR00028	100.8800	828.598	.752	.986
VAR00029	101.0200	827.898	.773	.986
VAR00030	100.9600	825.223	.794	.986

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
103.0000	861.469	29.35080	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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN KONSUMEN
N		50	50
Normal Parameters[a,b]	Mean	76.7800	97.1400
	Std. Deviation	18.30166	22.95604
Most Extreme Differences	Absolute	.099	.115
	Positive	.099	.115
	Negative	-.079	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.697	.811
Asymp. Sig. (2-tailed)		.716	.526

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUALITAS PELAYANAN	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
KEPUASAN KONSUMEN	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Extreme Values

			Case Number	Value
KUALITAS PELAYANAN	Highest	1	32	138.00
		2	48	135.00
		3	8	103.00
		4	40	102.00
		5	16	95.00
	Lowest	1	27	51.00
		2	30	52.00
		3	47	53.00
		4	39	54.00
		5	11	55.00
KEPUASAN KONSUMEN	Highest	1	32	173.00
		2	48	167.00
		3	40	134.00
		4	16	129.00
		5	8	119.00[a]
	Lowest	1	30	65.00
		2	27	65.00
		3	47	66.00
		4	11	68.00
		5	39	70.00

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Report

KEPUASAN KONSUMEN

KUALITAS PELAYANAN	Mean	N	Std. Deviation
51.00	65.0000	1	.
52.00	65.0000	1	.
53.00	66.0000	1	.
54.00	70.0000	1	.
55.00	68.0000	1	.
56.00	72.0000	1	.
59.00	81.0000	1	.
61.00	76.6667	3	3.78594
62.00	80.0000	1	.
63.00	77.0000	1	.
64.00	84.5000	2	4.94975
65.00	88.0000	2	.00000
66.00	80.0000	2	2.82843
69.00	83.0000	2	.00000
70.00	87.0000	2	1.41421
73.00	98.0000	1	.
74.00	97.0000	2	1.41421
75.00	94.5000	2	9.19239
76.00	96.0000	1	.
79.00	96.0000	1	.

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

80.00	99.0000	2	1.41421
82.00	101.0000	3	1.00000
84.00	104.0000	1	.
86.00	119.0000	1	.
88.00	108.5000	2	3.53553
89.00	113.3333	3	2.30940
90.00	114.5000	2	3.53553
91.00	118.0000	1	.
94.00	115.0000	1	.
95.00	129.0000	1	.
102.00	134.0000	1	.
103.00	119.0000	1	.
135.00	167.0000	1	.
138.00	173.0000	1	.
Total	97.1400	50	22.95604

			Sum of Squares	df
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	Between Groups	(Combined)	25632.687	33
		Linearity	24931.719	1
		Deviation from Linearity	700.968	32
	Within Groups		189.333	16
	Total		25822.020	49

ANOVA Table

			Mean Square	F
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	Between Groups	(Combined)	776.748	65.641
		Linearity	24931.719	2106.906
		Deviation from Linearity	21.905	1.851

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

	Within Groups	11.833	
	Total		

ANOVA Table

			Sig.
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.096
	Within Groups		
	Total		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	.983	.966	.996	.993

Correlations

		KUALITAS PELAYANAN	**KEPUASAN KONSUMEN**
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.983**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	50	50
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.983**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.864	4.159		7.432	0.000
	Kepuasan Konsumen	.177	.048	.403	3.659	0.000

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

LAMPIRAN D

SURAT IZIN 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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

PERUSAHAAN YANG KERJA SAMA DENGAN CV. MANDIRI PERKASA PENGANGKUTAN EXPEDISI SIBOLGA - GUNUNG SITOLI		
NO	**NAMA**	**JENIS**
1	PT. Sayap Mas Utama	Alat Berat
2	PT. Pendawalima Jayanthara	Makanan
3	PT. Noatum Logistic Indonesia	Kayu
4	PT. Trans Porindo Agung Sejahterah	Tiang dan Pipa
5	PT. Manuport Logistic Indonesia	Retail
6	Perum Bulog	Konsumsi
7	PT. Mega Cipta Logistindo	Snack
8	PT. Metta Trans Perkasa	Kertas dan Karton
9	PT. Sumber Damai Sejahtera	Retail
10	PT. Biptrans	Alat Berat
11	PT. Sumber Utama Mandiri Abadi	Makanan
12	PT Laris Cargo	Perabot
13	PT. Mandiri Perkasa	Minyak
14	CV. Kencana Abadi	Minyak
15	PT. Permata Anugerah	Makanan
16	PT. Bintang Jaya	Kayu
17	PT. Komunikasi Transido	Tiang dan Pipa
18	PT. Angela Ananta	Retail
19	PT. Mustika Bersama	Konsumsi
20	PT. Kristal Jaya Mandiri	Snack
21	PT. Raya Citra Kencana	Bahan Bangunan
22	PT. Gunung Muda Perkasa	Alumunium
23	PT. Hijau Sinar Cahaya	Batako
24	PT. Mandasari Himaya	Beras
25	PT. Lancang Kuning	Beras
26	PT. Bersama Maju	Minyak
27	PT. Bintang Cahaya	Makanan
28	PT. Citra Kelana	Kayu
29	PT. Bersatu Bersama	Tiang dan Pipa

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

30	PT. Keluarga Kita	Retail
31	PT. Sumber Daya Alami	Minyak
32	PT. Kamboja Kencana Mandiri	Kayu Mentah
33	PT. Beraksi Muda	Elektronik
34	PT. Jaya Perkasa	Elektronik
35	PT. Muda Bersinar Maju	Makanan
36	PT. Kencana Sakti	Minyak
37	PT. Satu Maju Bersama	Minyak
38	PT. Karya Muda Indonesia	Makanan
39	PT. Permata Advertising	Kayu
40	PT. Otsuka Jiwa Kirana	Tiang dan Pipa
41	PT. Lima Kancing Kencana	Retail
42	PT. Bina Nusa	Minyak
43	PT. Internusa	Kayu Mentah
44	PT. Jiwa Bina Mandiri	Elektronik
45	PT. Ekspress Jaya Abadi	Elektronik
46	Bintang Jaya Motor	Makanan
47	CV. Jadi Jaya Nabati	Minyak
48	PT. Adi Nusa Mulia	Gula Aren
49	PT. Nusantara Jaya	Retail
50	PT. Bersama Muda Perkasa	Alat Berat

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id ***E-Mail:*** univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2912/FPSI/01.10/VIII/2024
Lampiran : -
H a l : **Penelitian**

26 Agustus 2024

Yth. Bapak/Ibu **Direktur**
CV. Mandiri Perkasa
di –

Tempat

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

Nama	:	**Anestia Rambe**
NPM	:	**1986000282**
Program Studi	:	Ilmu Psikologi
Fakultas	:	Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **CV. Mandiri Perkasa, Jl. K.H. A. Dahlan, Aek Habil, Sibolga Selatan, Kota Sibolga** guna penyusunan skripsi yang berjudul ***"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Mandiri Perkasa Sibolga".***

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,
Ketua Program Studi Psikologi

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan

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 7/4/25
Access From (repository.uma.ac.id)7/4/25