

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS
DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA PAKET PT POS INDONESIA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :
SRI PURWANTI
No. Pokok.049615166

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002

kk
B 110 / 02
Pur
al

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS
DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN JASA PAKET PT POS INDONESIA
DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

SRI PURWANTI

No. Pokok : 049615166

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

SRI HARTINI, SE, MSI

TANGGAL *6 Agustus 2002*

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. AMIRUDDIN, SE

TANGGAL *14 Agustus 2002*

Surabaya, 20 Juni 2002

Bimbingan selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing

(SRI HARTINI SE. MSi)

Abstraksi

Tingkat persaingan yang semakin ketat sekarang ini, perusahaan penyedia jasa harus lebih memperhatikan pelanggannya. Pelanggan akan memilih perusahaan penyedia jasa yang mampu menyediakan jasa yang mempunyai kualitas sesuai dengan harapan sehingga pelanggan merasa puas. Kualitas jasa terdiri dari lima dimensi (Parasuraman, et. al, 1996:16), yaitu : dimensi *tangibles* (wujud langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Apabila pelanggan merasa puas, maka akan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan (Jones dan Sasser, 1994:746).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan atas kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan jasa paket PT Pos Indonesia di Surabaya. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa Regresi Linier Berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan atas kualitas jasa dan variabel tergantungnya adalah loyalitas pelanggan jasa paket PT Pos Indonesia di Surabaya.

Sebanyak seratus sampel diambil dalam penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas yang digunakan adalah *r Pearson Product Moment* dan *Alpha Cronbach*. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = -0,181 + 0,143X_1 + 0,412X_2 + 9,392E-02X_3 + 0,156X_4 + 0,258X_5 + e$$

Hasil uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa kepuasan atas kualitas jasa berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa paket PT Pos Indonesia. Sedangkan uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas jasa berpengaruh signifikan secara individu terhadap loyalitas pelanggan jasa paket PT Pos Indonesia di Surabaya. Dimensi *reliability* (keandalan) mempunyai pengaruh yang paling dominan, kemudian dimensi *emphaty* (empati), dimensi *assurance* (jaminan), dimensi *tangibles* (wujud langsung), dan dimensi *responsiveness* (daya tanggap).

PT Pos Indonesia disarankan untuk lebih memperhatikan dimensi *reliability* (keandalan) karena dimensi ini mempunyai pengaruh yang paling dominan.