

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP BISNIS JASA KURIR DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam (IAIN) Palopo*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP BISNIS JASA KURIR DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam (IAIN) Palopo*



Diajukan oleh

MINELIANI PUTRI DAMING

17 0403 0056

Pembimbing:

Arsyad L, S.Si., M.Si.

Nip. 1988072020190310007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mineliani Putri Daming
NIM : 17 0403 0056
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : "Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 November 2021



Yang membuat pernyataan,

Mineliani Putri Daming
NIM 17 0403 0056

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo yang di tulis oleh Mineliani Putri Daming Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0056, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 10 Februari 2022 Miladiyah bertepatan dengan 9 Rajab 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 30 Maret 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Fasiha, S.El., M.El. | Penguji I | (.....) |
| 4. Nurfadilah, S.E., M.Ak. | Penguji II | (.....) |
| 5. Arsyad L., S.Si., M.Si. | Pembimbing | (.....) |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 196102081994032001

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, ST., MM
NIP 197501022005012003

PRAKATA

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
إِلَيْهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ. وَعَلَّمَحَمَّدِ سَيِّدِنَا

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.El., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Muzayyanah Jabani, ST. M.M. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Arsyad L, S.Si., M.Si. selaku Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis.
5. Ibu Dr. Fasiha, M.El dan Ibu Nurfadillah, SE., M.Ak selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah banyak memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini
6. Para Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Bisnis Islam IAIN Palopo, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas, semoga Allah swt, membalasnya dengan kebaikan yang banyak.
7. Kepala dan karyawan Perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan pelayanannya dengan baik selama peneliti menjalani studi.
8. Para informan yang telah membantu dalam proses memperoleh data penelitian dan penyusunan skripsi ini.
9. Terkhusus untuk Orang Tua, Bapak M. Daming A.Ma dan ibunda Nurmalah yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, dan

mendo'akan dengan penuh kasih sayang yang senantiasa memberikan semangat juang untuk putrinya sehingga penulisan skripsi ini berjalan sesuai yang diharapkan serta Kakak-kakakku thanks for always support me, words can't describe how grateful I'm being your youngest sister.

10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas MBS B), sahabatku yang pretty in and out Isla, Helsa, Evi, Filda, yang selama ini membantu, memberi support dan selalu memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

11. And the last but not least I will thanks to me, Mineliani Putri Daming.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah SWT menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

IAIN PALOPO

Palopo, 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harak harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوَّلَ : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمِّ	: <i>nu'ima</i>
عُدُّو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أُمِرْتُ	: umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينَ اللَّهِ
Dīnullāh billāh

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD).

Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān
Nasīal-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid
Abū ZaydAl-Tūfi
Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh :

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

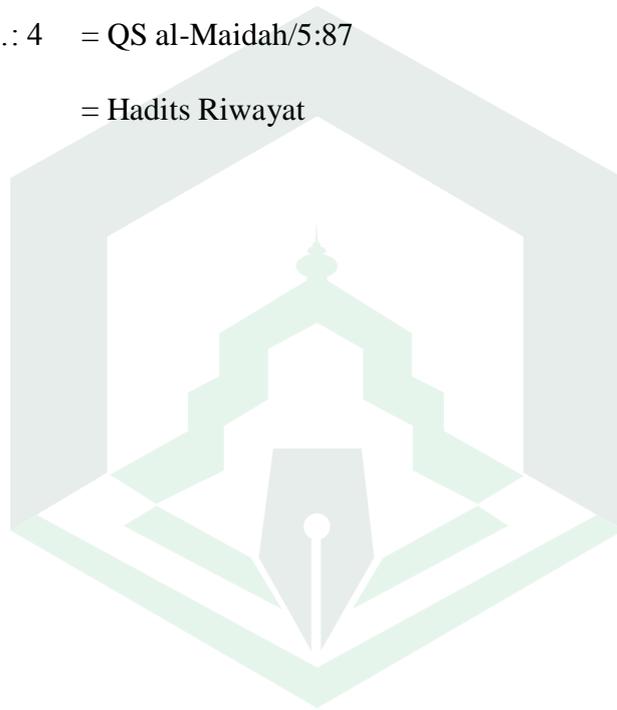
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu Wa Ta'ala

SAW.	= Sallallahu ‘Alaihi Wasallam
AS	= ‘Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Maidah/5:87
HR	= Hadits Riwayat



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR AYAT	xv
DAFTAR HADIS	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Landasan Teori.....	11
C. Kerangka Pikir.....	25
D. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	28
D. Populasi dan Sampel	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	62
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat 1 Q.S Al-Maidah/5: 87	13
--	----



IAIN PALOPO

DAFTAR HADIS

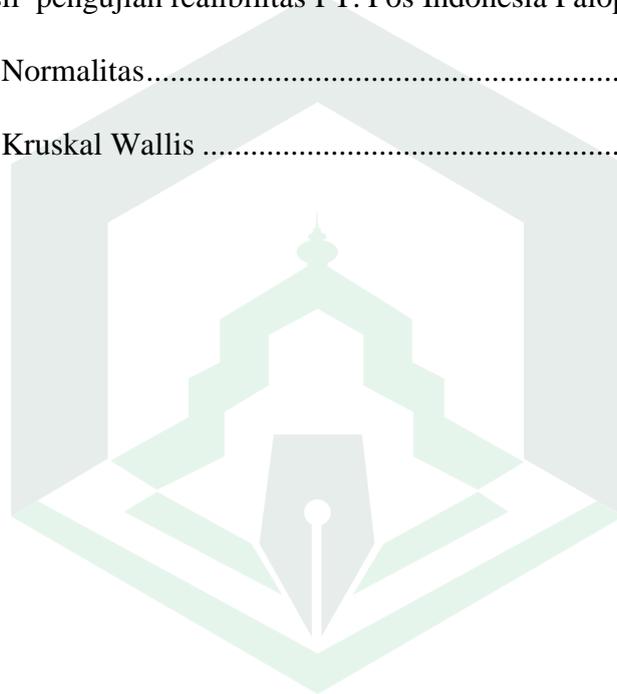
Kutipan Hadits Riwayat. Ahmad, Ibnu Majah, Ad-Daraquthni, Al-Hakim dan Ath-Thabrani	16
Kutipan Hadis Riwayat. Bukhori	17



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel	28
Table 4.1 Hasil pengujian validitas	46
Table 4.2 Hasil pengujian realibilitas Jne Ekspres Palopo	47
Table 4.2 Hasil pengujian realibilitas Jnt Ekspres Palopo.....	48
Table 4.2 Hasil pengujian realibilitas PT. Pos Indonesia Palopo	48
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	53
Table 4.6 Uji Kruskal Wallis	54



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jnt Ekspres	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Jne Ekspres	44
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia.....	45



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Surat Izin Meneliti
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 SK Penguji
- Lampiran 5 Buku Kontrol
- Lampiran 6 Kartu Kontrol
- Lampiran 7 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 9 Persetujuan Penguji
- Lampiran 10 Nota Dinas Penguji
- Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
- Lampiran 12 Surat Keterangan Membaca dan Menulis Al-Qur'an
- Lampiran 13 Sertifikat PBAK
- Lampiran 14 Transkrip Nilai
- Lampiran 15 Sertifikat Toefl
- Lampiran 16 Kuitansi Pembayaran UKT
- Lampiran 17 Hasil Cek Plagiasi
- Lampiran 18 Riwayat Hidup

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Mineliani Putri Daming, 2021. "*Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo*" Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Arsyad L, S.Si., M.Si

Skripsi ini membahas tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman paket di Jne Ekspres, PT.Pos Indonesia, Jnt Ekspres di Kota Palopo, Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, PT. Pos Indonesia di Kota Palopo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang bersifat komparatif. Populasinya adalah pelanggan bisnis jasa kurir Jne ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo. Pengambilan jumlah sampel 50 responden dari ketiga bisnis kurir dengan menggunakan *accidental sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner. Selanjutnya data ini di analisis menggunakan Kruskal Wallis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan pada bisnis kurir dimana Jne ekspres Kota Palopo memiliki nilai tingkat kepuasan sebesar 81,1%, nilai tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan pada PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu sebesar 84,5% , dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki tingkat kepuasan paling tinggi diantara ketiga bisnis kurir tersebut, dan dengan diperolehnya nilai Asymp.Sig adalah sebesar 0,006 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.006 < 0.05$, dan dapat diketahui bahwa ada perbedaan kepuasan dari ketiga bisnis kurir tersebut.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Bisnis Kurir, Jasa

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jasa pelayanan pengiriman dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Perusahaan dituntut bekerja keras dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan pelanggan yang telah ada serta berusaha menarik minat pelanggan potensial baru agar pelanggan tidak meninggalkan pelaku usaha tersebut.

Perkembangan pasar jasa kurir tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, menurut Zaldy Ilham Masita (Presiden Asosiasi Logistik Indonesia) bahwa terdapat dua faktor yang menyebabkan besarnya perkembangan pasar jasa logistik, yaitu: perkembangan ekonomi Indonesia dan terus meningkatnya perdagangan domestik maupun luar negeri, dan banyaknya perusahaan yang menyerahkan aktivitas logistiknya ke pihak ketiga atau alih daya.¹ Pendapat lain mengenai faktor yang menyebabkan berkembangnya pasar jasa kurir di Indonesia dinyatakan oleh Feriadi (Ketua Umum DPP Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo) bahwa

¹ Rahayu, E.M, “ Berebut kue logistik yang menggiurkan”, (2014). <https://swa.co.id/swa/trends/management/berebut-kue-logistik-yang-menggiurkan>

faktor yang menyebabkan berkembangnya pasar jasa kurir adalah pasar e-commerce yang berkembang pesat bahkan pangsa pasar e-commerce Indonesia merupakan salah satu yang paling besar di Asia.²

Ada begitu banyak perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pengiriman seperti Jne Ekspres, PT. Pos Indonesia, Jnt Ekspres. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan.

Perkembangan dan perjalanan sejarah manusia dalam aspek ekonomi berkembang pesat dan semakin komplit. Kebutuhan manusia juga semakin tinggi dan tidak dapat dipenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar menukar dalam berbagai bentuk barter. Secara umum kegiatan ekonomi juga menyangkut tentang konsumsi yang pelakunya adalah konsumen.³

² Rahman, A, "Belanja Online Marak, Jasa Kirim Barang Banjir Order" (2017). <http://m.bisnis.com/industri/read/20170320/98/638645/belanja-online-marak-jasa-kirim-barang-banjirorder>

³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007). Cet ke-1, 180

Konsumen adalah para pengguna barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Telah dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah soal keputusan. Bagi para pemasar yang terpenting adalah bagaimana konsumen sampai pada keputusan. Proses pengambilan keputusan terdiri dari tahap-tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan perilaku pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sejak pembelian belum dilakukan dan berakhir jauh setelah pembelian bermula sejak pembelian belum dilakukan dan berakhir jauh setelah pembelian. Setiap konsumen pasti melalui kelima tahap ini setiap kali membuat keputusan pembelian. Dalam pembelian yang lebih rutin, mereka membalik tahap-tahap tersebut.⁴

Dalam ilmu ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif-alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Selama utilitas marjinal yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, maka orang-orang akan membeli suatu produk. Karena konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu

⁴ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 13

perusahaan. Oleh sebab itulah orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dikedepankan bagi perusahaan⁵

Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah bertransaksi. Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut.

PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki brand dan image yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup.

PT. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kurir ekspres dan logistic yang berkantor pusat di Jakarta. Perusahaan layanan jasa membutuhkan peningkatan kualitas, bukan tidak mungkin bahwa perusahaan tersebut lama-lama akan dilupakan pelanggan jika perusahaan tidak melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanannya dan kualitas produk yang bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya karena saat ini semakin meningkat persaingan usaha dan perkembangan teknologi informasi.

⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Penerapan Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003). Cet ke-1, 56

PT. JNT Ekspres berdiri sejak tahun 2015, saat ini melayani pengiriman barang atau dokumen dalam negeri. Jaringan yang luas dengan kantor perwakilan cabang di seluruh Indonesia, waktu pengiriman tepat waktu dan layanan yang professional telah membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Semakin banyaknya perkembangan jasa dibidang pelayanan kurir mengakibatkan adanya persaingan yang ketat dalam bidang usaha jasa kurir. Berdasarkan pengamatan penulis, di Kota Palopo telah banyak berkembang usaha jasa kurir sehingga membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Fenomena yang terjadi seperti banyaknya keluhan konsumen dan kekhawatiran konsumen terhadap sistem pelayanan jasa kurir yang buruk membuat konsumen merasa tidak puas sehingga membuat konsumen berhati-hati dalam memilih jasa kurir yang akan digunakan. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli. Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai

produk atau jasa yang dibeli relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan.⁶

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket di tempat yang sama.

Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap perebutan konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang **“Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*, Ed.III, (Yogyakarta, ANDI, 2017), 86

1. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan menggunakan pengiriman paket di PT. Pos Indonesia, Jne Ekspres, Jnt Ekspres di Kota Palopo?
2. Apakah terdapat perbedaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa pengiriman paket di PT. Pos Indonesia, Jne Ekspres, dan Jnt Ekspres di Kota Palopo?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Isi dan rumusan tujuan penelitian mengacu pada isi dan rumusan masalah penelitian. Berikut dari tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman paket di PT.POS Indonesia, Jne Ekspres, Jnt Ekspres di Kota Palopo
2. Untuk mengetahui adakah perbedaan kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman paket antara PT.POS Indonesia, Jne Ekspres, Jnt Ekspres di Kota Palopo

D. Manfaat Penelitian

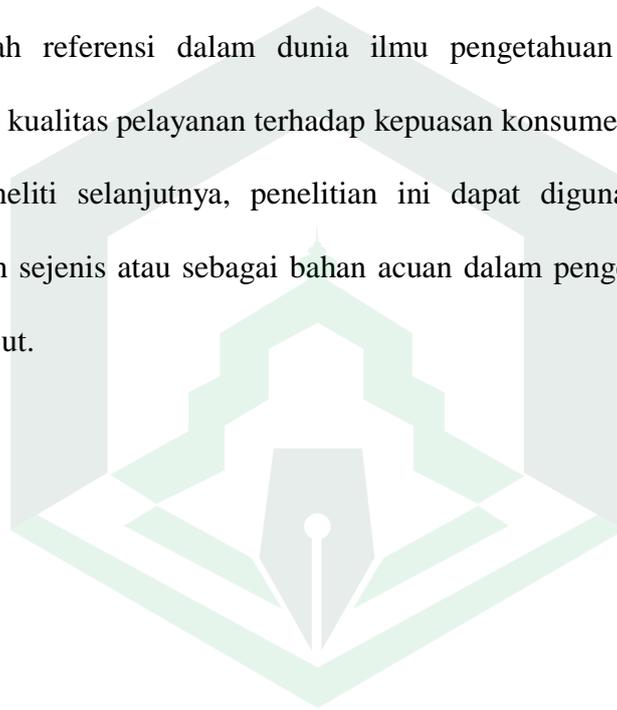
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis kepada pembaca :

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang perbedaan kepuasan pelanggan pada PT.POS Indonesia, Jne Ekspres, Jnt Ekspres di Kota Palopo

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang lebih baik lagi.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis atau sebagai bahan acuan dalam pengembangan penelitian lebih lanjut.



IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penulis mengambil penelitian terdahulu yang relevan agar menjadi rujukan dan bahan perbandingan pada saat penulis melakukan penelitian terkait masalah perbandingan layanan jasa kurir di lokasi berbeda.

Felicia Audrey Prasetyo (2017). Tema penelitian, yaitu *“Analisis Perbandingan Kualitas Layanan antara JNE, J&T Ekspres”* Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa adanya perbedaan kualitas antara JNE dan J&T Ekspres, Ketiga dimensi dari kualitas layanan jasa kurir tersebut adalah dimensi order accuracy, dimensi order discrepancy handling, dan dimensi personnel contact quality merupakan yang relatif sama tetapi berbeda persepsi. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Mineliani Putri Daming, yaitu dipenelitian ini objek yang digunakan berbeda dimana penelitian menggunakan JNE dan JNT, sedangkan di penelitian Mineliani Putri Daming menggunakan JNE, PT. JNT dan PT. POS INDONESIA.⁷

Jamal Iskandar (2019). Tema penelitian, yaitu *“Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Indah Logistic Cargo Cabang Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Islam”*.

⁷ Felicia Audrey Prasetyo, “Analisis Perbandingan Service Quality Antara Jne Dan J&t Ekspres,” *Jurnal Strategi Pemasaran* (2017) 8.
https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/masa/2017/jiunkpe-is-s1-2017-36413035-40446-perbandingan-abstract_toc.pdf

Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Indah Logistic Cargo jika diurutkan dari persentase dari yang tertinggi adalah citra dari perusahaan dengan persentase 79,6% atau 74 orang di ikuti dengan faktor persaingan 68,8% atau 64 orang, kinerja dari karyawan 62,4% atau 58 orang, hubungan harga dengan nilai 61,3% atau 57 orang, dan performa jasa 57% atau 53 orang. Sedangkan dari faktor sistem pengiriman belum dikatakan efektif yang mana dengan persentase 44% atau 41 orang dari responden memberikan tanggapan pengiriman kurang cepat dari pengiriman lain ini yang dapat mengakibatkan penurunan dari jumlah konsumen yang melakukan pengiriman barang pada PT. Indah Logistic Cargo. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Mineliani Putri Daming yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Jamal Iskandar menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan objek yang digunakan berbeda.⁸

Fathira Virdha Noor (2020), tema Penelitian, yaitu “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia*”. Metode Penelitian yang digunakan kuantitatif (*accidental sampling*). Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen

⁸ Jamal Iskandar, “Analisis Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang pada PT. Indah Logistic Cargo Cabang Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Islam,” *Skripsi Univ. Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru*, (2019). <http://repository.uin-suska.ac.id/22805/2/GABUNG.pdf>

kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, perbedaan penelitian yang digunakan oleh Mineliani Putri Daming adalah penelitian ini hanya berfokus pada kualitas layanan.⁹

B. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dalam *The American Marketing Assosiation*, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setiadi, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu: perilaku konsumen adalah dinamis, hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; juga melibatkan pertukaran.¹⁰

John C. Mowen juga mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses

⁹ Fathira Virdha Noor, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia," *Skripsi IAIN Bengkulu*, (2020).
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/>

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 3

pertukaran yang melibatkan perolehan konsumsi, dan pembuangan barang dan jasa, pengalaman, serta ide-ide.¹¹

Sedangkan menurut Amirullah perilaku konsumen adalah sejumlah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan (psikologis) dan faktor-faktor luar lainnya (eksternal) yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang-barang yang diinginkannya.¹²

Perilaku konsumen dapat disimpulkan bahwa tindakan-tindakan konsumen berpengaruh pada faktor-faktor psikologi dan faktor-faktor eksternal dalam menggunakan barang-barang atau jasa.

b. Pengertian kepuasan konsumen

Secara umum kepuasan merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Pendapat Kotler dan Armstrong kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana kinerja yang dirasakan dari suatu produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan.¹³

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁴

Jika kinerja gagal memenuhi harapan/ekspektasi maka pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan/ekspektasi maka pelanggan

¹¹ John C. Mowen Michael Minor, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), 6.

¹² Amirullah, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2002), 3

¹³ Priska Liliani, "Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie," *Jurnal Bina Manajemen* 8, no. 2 (2020): 25, <https://wiyatamandala.e-journal.id/IBM/article/view/85/73>.

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2006), 42

akan puas dan senang. Harapan/ekspektasi tersebut berasal dari pengalaman pembelian di masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar dan pesaing. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dan merek yang sudah mereka anggap positif.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan terhadap performa kinerja suatu barang/jasa yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja yang diraskan oleh pelanggan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sedangkan Apabila kinerja yang dirasakan oleh pelanggan sesuai harapan mereka maka pelanggan akan merasa puas.

Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.¹⁵

Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara', sebagaimana firman Allah dalam Alquran. Al-Mā'idah ayat 87:

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ إِنَّ تَعْتَدُوا وَلَا لَكُمْ اللَّهُ أَحَلَّ مَا طَيَّبَاتٍ تُحَرِّمُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا

الْمُعْتَدِينَ يُحِبُّ

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

¹⁵ M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 48

Ayat-ayat Al-Qur'an di atas dapat dijadikan dasar dan rujukan dalam membangun teori konsumen (secara umum) dan kepuasan konsumsi serta rasionalitas konsumsi (khusus) dalam Islam. Menurut kerangka Islam, Nata Atmadja menjelaskan, bahwa kepuasan dalam Islam meliputi: kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif. Kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan siap kreasi, sebab konsumsi yang dilakukan akan memberikan kekuatan fisiknya; sehingga akan menjadi lebih kreatif; artinya akan memperoleh energi setelah mendapatkan kepuasan konsumtif sehingga siap untuk berkreasi.

Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Beberapa pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli.¹⁶:

1) Menurut Zeithaml dan Bitner, kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi.

2) Menurut Kotler dan Armstrong, kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

¹⁶ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7-8

3) Menurut Pasurma, kepuasan konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya.

4) Menurut Schiffman, Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.

5) Menurut Ziethaml, kepuasan konsumen adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Setelah mengkonsumsi suatu jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang jasa tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan mengkonsumsi jasa tersebut. Dan adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kebutuhan konsumen, harapan-harapan terselubung, pelayanan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi.¹⁷

c. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standart syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang sebenarnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Dalam hal

¹⁷ Titik Wijayanti, *Marketing Plan! Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), 179.

mengonsumsi suatu barang misalkan, akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya.

Konsumen dapat merasakan kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik ataupun psikis. Di sisi lain berkah berkah yang akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang/jasa yang dihalalkan oleh syariat.¹⁸

Menurut Yusuf Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan.¹⁹

1) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ (رواه أحمد وابن ماجه وغيره)

Artinya : “Bahwasanya Nabi SAW bersabda: Muslim yang satu dengan Muslim lainnya adalah bersaudara, tidak halal bagi seorang menjual barangnya kepada muslim lain, padahal pada barang tersebut terdapat aib/cacat melainkan dia harus menjelaskannya”. (HR. Ahmad, Ibnu Majah, Ad-Daraquthni, Al-Hakim dan Ath-Thabrani).

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa barang ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual

¹⁸ Muh. Ruslan Abdullah dan Fasiha Kamal, “*Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*”, Cet Kedua, (Makassar, Lumbung Informasi Pendidikan, 2014), 50.

¹⁹ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP, 1997), 175

dan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3) Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atau nama Allah. Dalam Hadist Muttafaq ‘Alaih dari Hakim bin Hazm disebutkan bahwa:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ
 قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ
 بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمْ
 (رواه البخاري)

Artinya: “Dari Hakim bin Hizam, dia berkata, Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda, ‘Dua orang yang jual beli mempunyai hak pilih selagi belum saling berpisah’, atau beliau bersabda, ‘Hingga keduanya saling berpisah, jika keduanya saling jujur dan menjelaskan, maka keduanya diberkahi dalam jual-beli itu, namun jika keduanya saling menyembunyikan dan berdusta, maka barakah jual-beli itu akan dihapuskan’. (HR.. Bukhori)

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas

apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.²⁰

Adapun faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan menurut Lupiyoadi dan Hamdani, antara lain²¹:

- 1) Kualitas produk atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga Produk, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 3) Kenyamanan Prosedur, yaitu pelanggan akan merasa semakin puas jika dalam mendapatkan prosedur pelayanan relative mudah, nyaman, dan efisien.
- 4) Dukungan Konsumen, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk maupun jasa yang cenderung mempunyai kepuasan yang didapatkan dari pelayanan tertentu.

²⁰ Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute, 2017), 78

²¹ Eva Agustina, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, dan Nana Triapnita Naingolan, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan AnekaJaya Pematangsiantar," *Jurnal Manajemen* 5, no. 1 (2019): 41–42, <https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/106>.

e. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen menurut Kotler dan Tjiptono yang mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :²²

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan biasa berupa kotak saran, kartu komentar, atau saluran telepon khusus bebas pulsa. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru, dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi cepat tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah yang timbul.

Akan tetapi karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen karena tidak semua konsumen yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa jadi mereka langsung beralih ke tempat lainnya dan tidak akan membeli produk dari tempat yang pertama.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mengerjakan beberapa orang sebagai *ghost shopper* untuk berperan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara

²² Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 34

perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

3) *Lost Costumer Analysis*

Perusahaan selayaknya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi, dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *costumer lost rate* juga penting, dimana peningkatan *costumer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

4) *Survey Kepuasan Konsumen*

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen yang dilakukan dengan penelitian *survey* melalui via pos, telepon, maupun wawancara pribadi, melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumennya dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya..

- a) *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan-pertanyaan.
- b) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut dua hal yaitu besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- c) *Problem analysis*, yaitu konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal yaitu masalah masalah yang mereka hadapi

berkaitan dengan penawaran dari perusahaan atau organisasi dan saran untuk melakukan perbaikan.

- d) *Importance-performance*, yaitu responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atribut tersebut.

Menurut Tjipto dan Diana ada beberapa manfaat-manfaat yang diterima perusahaan apabila ketika tercapainya tingkat kepuasan dari pelanggan, perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi yaitu :

- 1) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya akan harmonis.
- 2) Akan menjadi dasar yang baik untuk pembelian yang berulang-ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya kesetiaan pelanggan terhadap produk yang digunakan.
- 4) Menjadi bahan rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) untuk konsumen lain.

f. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dan dianalisa faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pengukuran ini akan berguna untuk perusahaan agar mengetahui kelemahannya dan menutupinya dengan meningkatkan ketampan yang dimilikinya. Indikator kepuasan pelanggan dapat diukur dari beberapa hal berikut ini:²³

²³ Tjiptono, Fandy., *Strategi Pemasaran*. Edisi 3 (Yogyakarta: Andi) 2011.

Menurut Irawan ada lima faktor utama pada kepuasan konsumen yakni :²⁴

1) Kualitas Produk atau Jasa

Konsumen akan puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik.

2) Harga

Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money* yang tinggi. Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

3) Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Kualitas pelayanan ini tergantung pada system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang peranan penting karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

4) Faktor Emosional

Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian kelompok orang-orang penting adalah merupakan emosional value yang mendasari kepuasan konsumen. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya nilai emosional yang diberikan *brand* tertentu.

5) Kemudahan Mendapatkan Produk atau Jasa tersebut.

Pelanggan akan semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya.

²⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2002), 40

Adapun indikator menurut Hamdanih dalam mencapai kepuasan pelanggan:²⁵

1) Kesesuaian harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai dengan yang diharapkan

2) Minat berkunjung kembali

Kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau jasa
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

3) Kesiapan merekomendasikan

Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan

²⁵ Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute, 2017), 78

- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.

2. **Bisnis Jasa Kurir**

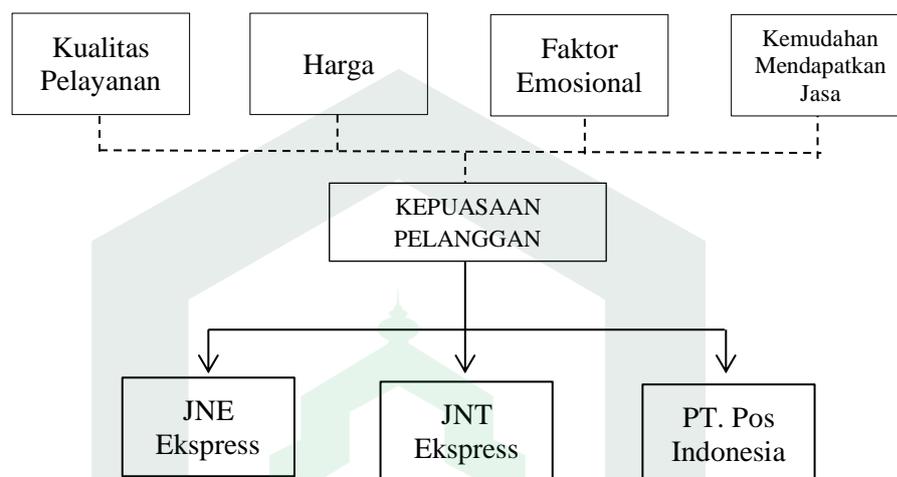
Pengertian kurir sebagaimana dinyatakan oleh Somasundaram, Balasubramani, & Krishnamoorthy “courier as “An organization that provides a special delivery for parcels, documents etc.” Berdasarkan definisi tersebut, bisa dijelaskan bahwa bisnis kurir pada dasarnya adalah bisnis pengantaran barang atau dokumen yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan. Penekanan dalam pengertian ini didasarkan pada jenis layanan yang diberikan yaitu layanan penghantaran dari satu tempat (pengirim) ke tempat yang lain (penerima).²⁶

IAIN PALOPO

²⁶ Somasundaram, R., Balasubramani, R., & Krishnamoorthy, V., “Customer behaviour of courier service in erode district” *Indian Journal of Research* (2013) 108.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian teori diatas, maka peneliti memberikan kerangka pikir sebagai alur penelitian. Untuk lebih jelasnya, maka peneliti menggunakan kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah kepuasan pelanggan pada JNE, JNT, dan PT. Pos Indonesia dalam merebut pelanggan studi kasus di kota Palopo. Sehingga peneliti mendeskripsikan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan yang diberikan dari JNE, JNT dan PT. Pos Indonesia sehingga peneliti dapat menggambarkan kondisi riil yang terjadi di lapangan. Untuk mengetahui tercapainya pelayanan yang prima dalam hal pelayanan publik, maka perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana kepuasan pelanggan mempengaruhi minat beli konsumen.

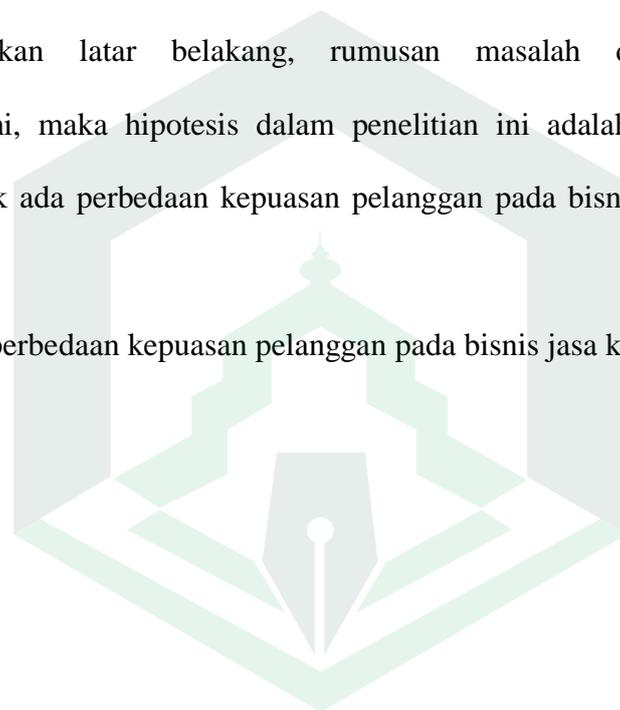
D. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁷

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho: tidak ada perbedaan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa kurir di Kota Palopo

H₁: ada perbedaan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa kurir di Kota Palopo.



IAIN PALOPO

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 9.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah penelitian dengan jenis Penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, penelitian menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian.²⁸

Metode penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat komparatif. Penelitian ini bersifat komparatif karena penelitian ini bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan tiga variabel tentang perbedaan fakta-fakta dan objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan berfokus untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari ketiga variabel yang akan diteliti dan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisioner.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfa beta),2008

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan mulai bulan juli-agustus 2021. Lokasi penelitian ini adalah di Jne Ekspres Kota Palopo yang terletak di Jl. Andi Kambo No.78, Surutanga, Wara Timur, Jnt Ekspres yang terletak di Jl. Diponegoro, Wara Utara, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.15.

C. Definisi operasional

Menurut Sugiyono mengemukakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.²⁹

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Variabel yang akan diteliti
1.	Bisnis Kurir	Bisnis kurir pada dasarnya adalah bisnis pengantaran barang atau dokumen yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan. ³⁰	1. Jne Ekspres (X ₁) 2. Jnt Ekspres (X ₂) 3. PT. POS Indonesia (X ₃)

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2007)

³⁰ Somasundaram, R., Balasubramani, R., & Krishnamoorthy, V., "Customer behaviour of courier service in erode district" *Indian Journal of Research* (2013) 108.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.	1. <i>Realibility</i> (Kehandalan) 2. <i>Responsivisnesss</i> (daya tanggap) 3. Assurance (Jaminan) 4. <i>Empathy</i> (Empati) 5. <i>Tangibles</i> (Produk-produk fisik) ³¹
2.	Harga	Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan	1. Kesesuaian harga dengan kualitas 2. Harga jasa yang terjangkau 3. Persaingan Harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya ³²

³¹ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa (Malang: Bayumedia, 2000), 273.

		<p><i>value form money</i></p> <p>yang tinggi.</p> <p>Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.</p>	
3.	Faktor Emosional	<p>Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian kelompok orang-orang penting adalah merupakan emosional value yang mendasari kepuasan konsumen.</p>	<p>1. Kebanggaan</p> <p>2. Percaya diri</p> <p>3. Kenyamanan</p> <p>4. Gaya Hidup³³</p>
4.	Kemudahan	Pelanggan akan	1. Mudah dioperasikan

³² Hendra Fure, "Lokasi Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol.1, No.3 (september 2018), h. 275

³³ Stephen, P.R dan Timothy A. J, Perilaku organisasi Edisi 16 (Jakarta: Salemba Empat) 2015

	mendapatkan produk atau jasa	semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya.	2. Akses ³⁴
--	------------------------------	---	------------------------

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.³⁵

Berdasarkan pada obyek penelitian yaitu pelanggan bisnis jasa kurir Jne ekspres, Jnt ekspres dan PT. Pos Indonesia, maka populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan dari ketiga perusahaan kurir tersebut.

2. Sampel

Menurut Walliman dijelaskan bahwa sampel adalah perwakilan dari populasi. Dalam sebuah penelitian diperlukan sampel karena untuk ukuran populasi yang besar tidak memungkinkan untuk melibatkan keseluruhan populasi dalam

³⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), 40

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) 57.

penelitian sehingga diperlukan wakil dari populasi yang disebut dengan sampel penelitian.³⁶

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan dijadikan sebagai data penelitian yang diambil dengan teknik tertentu. Penarikan sampel perlu dilakukan bila ukuran populasi yang akan diteliti terlalu besar. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan di PT.Pos Indonesia, Jnt ekspres dan Jne ekspres di Kota Palopo yang telah menggunakan jasa pelayanan paket lebih dari satu kali. Jadi sampel yang diambil menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang secara kebetulan sehingga siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut sesuai dengan sumber data. Maka jumlah responden yang ditetapkan oleh peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian berjumlah 50 orang responden per bisnis kurir.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, sistematis sehingga lebih mudah diolah.³⁷

Instrumen yang digunakan peneliti dengan menggunakan kuesioner, karena dapat mempercepat dan mempersingkat waktu pengumpulan data, karena dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada beberapa responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner tersebut dilakukan dengan menyebarkan kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan.

³⁶ Walliman, N, *Research method: The basic*, (London: Routledge, 2011)

³⁷ V. Wiratma Sujarweni, (Pengh.), *Metodologi...*, 76

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Pada Skala Likert ini, responden menjawab pertanyaan-pernyataan penelitian dengan memberikan tanda silang (x) atau tanda ceklis (✓), pada alternatif jawaban yang disiapkan dengan empat kemungkinan yang tersedia. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai, maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan:³⁸

1. Sangat puas (SP) : skor/bobot 4
2. Cukup puas (CP) : skor/bobot 3
3. Kurang Puas (KP) : skor/bobot 2
4. Tidak Puas (TP) : skor/bobot 1

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memberi seperangkat pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa kuesioner

³⁸ Kevin Aditya Pratama, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 30

cetak maupun online. Pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan kuesioner.³⁹

G. Teknis Analisis Data

1. Validitas

Dalam penelitian ini, validitas dianggap sebagai tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang dianggap pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut. Untuk pengujian validitas instrumen, penelitian ini dengan menggunakan program komputer seri program statistik (SPSS-2000).

2. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan metode yang digunakan untuk menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Untuk menganalisis keandalan digunakan teknik *alpha cronbach*. Teknik ini merupakan pengembangan tehnik baru untuk uji keandalan yang paling dianjurkan untuk digunakan. Dalam pengujian reliabilitas penelitian ini, data diolah menggunakan program komputer seri program statistik(SPSS-2000).

3. Pengukuran Tingkat Kepuasan

Tingkat Kepuasan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus distribusi frekuensi:

³⁹ Sugioyono, Metode Penelitian Kuantitatif, dan RND, (Bandung: Alfabeta, 2012), 132.

$$TK = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Maksimum}} \times 100\%$$

Keterangan :

TK = Tingkat Kepuasan

4. Uji Normalitas data

Adapun tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Apabila data tersebut berdistribusi normal, maka dapat digunakan untuk uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tersebut tidak berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji statistik nonparametrik.⁴⁰

Pengujian normalitas sebagai dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Dengan demikian, maka dalam penelitian ini juga akan melakukan uji normalitas data pada ketiga variable yang akan peneliti lakukan.

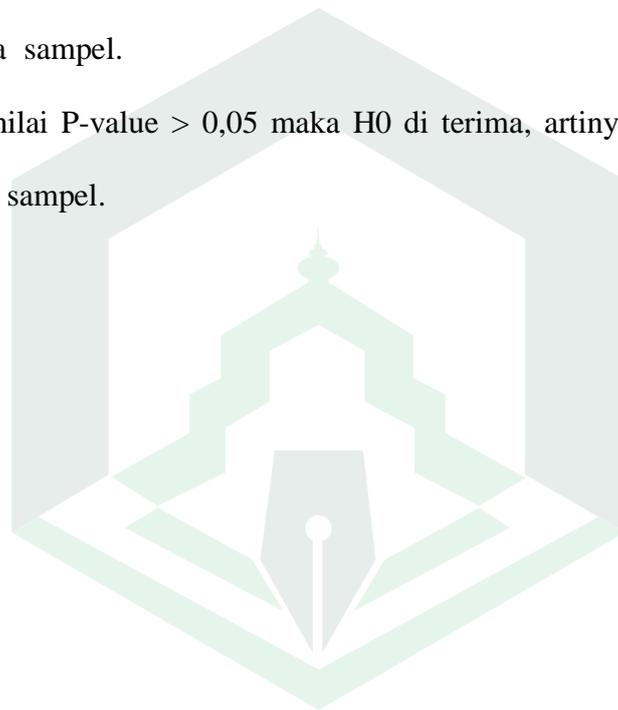
5. Uji Kruskal Wallis

Uji Kruskal Wallis merupakan alternatif uji nonparametrik dari analisis varian satu jalur (*one-way ANOVA*) yang tujuannya untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik diantara dua atau lebih kelompok variabel bebas pada variabel terikat yang berskala data

⁴⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014),153

numeric (interval/rasio) dan skala ordinal⁴¹. Uji ini merupakan alternatif bagi uji *One Way Anova* jika tidak memenuhi asumsi misal asumsi normalitas. Oleh karena uji ini merupakan uji non parametris dimana asumsi normalitas boleh dilanggar, maka tidak perlu lagi ada uji normalitas. Adapun hipotesis untuk uji *Kruskal Wallis* yaitu :

- a. Jika nilai P-value $< 0,05$ maka H_0 di tolak, artinya terdapat perbedaan antara sampel.
- b. Jika nilai P-value $> 0,05$ maka H_0 di terima, artinya terdapat kesamaan antara sampel.



IAIN PALOPO

⁴¹<https://www.statistikian.com/2014/07/uji-kruskall-wallis-h.html>

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Letak geografis Kota Palopo berada pada 2°3'15" – 3°04'08" Lintang selatan dan 120°03'10" -120°14'34" Bujur timur. Letak Kota Palopo sangat strategis. Hal ini dapat dilihat dari kondisi geografisnya yaitu berbatasan dengan Kecamatan Walenrang di sebelah utara, berbatasan dengan teluk Bone jika ditinjau dari arah timur, sedangkan di sebelah Selatan Kota Palopo akan berbatasan dengan Kecamatan Bua. Untuk daerah barat Kota Palopo akan berbatasan langsung dengan Kecamatan Tondon Nanggala wilayah Toraja. Letak Kota Palopo memberikan dampak positif dan negatif bagi eksistensinya. Karena keberadaan Kota Palopo akan berimbas pada lalu lintas yang ada⁴²

Jika ditinjau dari wilayah administrasi Kota Palopo memiliki luas yaitu 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39 persen dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan, sedangkan untuk pembagian wilayah, Kota Palopo memiliki kecamatan dan 49 kelurahan.⁴³

⁴² Badan Pusat Statistik, Refleksi 10 tahun Kota Palopo, 2012

⁴³ Badan Pusat Statistik, Kota Palopo Dalam Angka 2016, 35-42

2. Profil Bisnis Jasa Kurir

a. Sejarah singkat bisnis jasa kurir

1) Jne Ekspres

JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE). PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra Van Titipan Kilat (TiKi) untuk mengurus jaringan kurir internasional. Bermula dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantaranya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan berdiri

sendiri dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang berbeda dengan jasa pengiriman barang TIKI.

2) Jnt Ekspres

Jnt Express berdiri pada tanggal 20 Agustus 2015, pada hari itu juga meresmikan kantor pusat di Pluit, Jakarta Utara. Perusahaan ini didirikan oleh Jet Lee dan Robin Lo, salah satu pendiri J&T Express merupakan mantan CEO OPPO Indonesia yakni Jet Lee. Perayaan grand opening berlangsung di Nang Xiang resto di Hotel Sultan Jakarta, acara ini dihadiri oleh Direksi, Staff, Regional Manager, dan partner J&T Express.

Jnt Express menjadi perusahaan ekspedisi pertama di Indonesia yang beroperasi selama 365 hari tanpa libur dan memfokuskan diri pada bisnis online sesuai dengan tagline perusahaan yakni “Express Your Online Business” sehingga berhasil memperoleh penghargaan Top Brand Award. Selain menjangkau seluruh wilayah Indonesia tanpa pihak ketiga, kini J&T Express berekspansi ke empat negara di Asia Tenggara seperti Singapura, Filipina, Thailand, dan Kamboja. Sedangkan di Indonesia memiliki 100 pusat pendistribusian paket (Gateway), dan 4000 titik operasi, serta mempekerjakan 30.000 Sumber Daya Manusia terlatih serta memiliki ribuan armada pengiriman untuk mendukung pengiriman antar kota, antar provinsi, antar pulau.

3) PT. Pos Indonesia

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W baron Van Imhoff pada tanggal 26 agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin

keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke luar negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengembang peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah kantor pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan kantor pos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mencapai pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegram Dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang kepala jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik.

Perkembangan terus terjadi sehingga statusnya menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PLN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PLN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giro pos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus perm, maka pada Juni 1995 berubah menjadi perseroan terbatas dengan nama Pt Pos Indonesia (Persero).

Dengan berjalannya waktu, pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam perkembangan bidang perposan Indonesia dengan

memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100% kota/kabupaten, hampir 100% kecamatan dan 42 % kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring pos Indonesia sudah memiliki 3.700 kantor pos online, serta dilengkapi dengan elektronik mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang berhubungan satu sama lain secara solid dan terintegrasi. Sistem kode pos di ciptakan untuk mempermudah proses kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

b. Visi Misi

1) Jne Ekspres

a) Visi

- (1) Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia
- (2) Sukses hanya dapat dicapai melalui kerjasama usaha integral dalam perkembangan. Mendorong proses belajar dan berubah menuju pertumbuhan, kesempurnaan dan pencapaian keuntungan
- (3) Untuk menjadi perusahaan internasional yang sukses adalah penting bagi JNE untuk memiliki jaringan usaha yang kuat di Indonesia yang merupakan salah satu negara target investasi dan pasar yang strategis di mata dunia.
- (4) Perpaduan layanan pengiriman, kepabeanan, pergudangan dan pendistribusian dibawah satu atap memberikan solusi bagi kebutuhan

distribusi dunia perdagangan melalui internet yang akan menjadi gaya hidup masyarakat modern pada abad mendatang.

b) Misi

- (1) Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten
- (2) Melayani segenap lapisan masyarakat Indonesia baik perumahan maupun perkantoran dan industri melalui jaringan layanan pengiriman ekspres
- (3) Memadukan efektivitas, efisiensi dan fleksibilitas jasa yang prima untuk menjadikan JNE pilihan utama dalam pengiriman dokumen, paket dan kargo tepat waktu di Indonesia.
- (4) Menjadi sebuah perusahaan jasa ekspres nasional berstandar layanan internasional.

2) Jnt Ekspres

a) Visi

Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan/ cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia, serta mensejahterakan masyarakat kurang mampu.

b) Misi

- (1) Menyediakan produk jasa angkutan/titipan keseluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan customer.
- (2) Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.

- (3) Menjalankan bisnis kargo atau jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal
- (4) Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
- (5) Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham

3) PT.Pos Indonesia

a) Visi

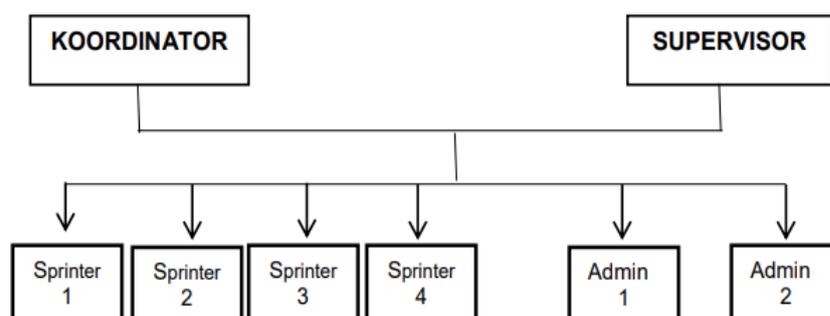
Visi PT. Pos Indonesia Adalah Menjadi Perusahaan raksasa logistic pos dari timur.

b) Misi

- (1) Menjadi aset yang berguna bagi bangsa dan Negara.
- (2) Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan
- (3) Menjadi pilihan terbaik bagi para pelanggan.
- (4) Senantiasa berjuang untuk memberi yang lebih baik bagi bangsa, Negara, pelanggan, karyawan, masyarakat serta pemegang saham.

c. Struktur Organisasi

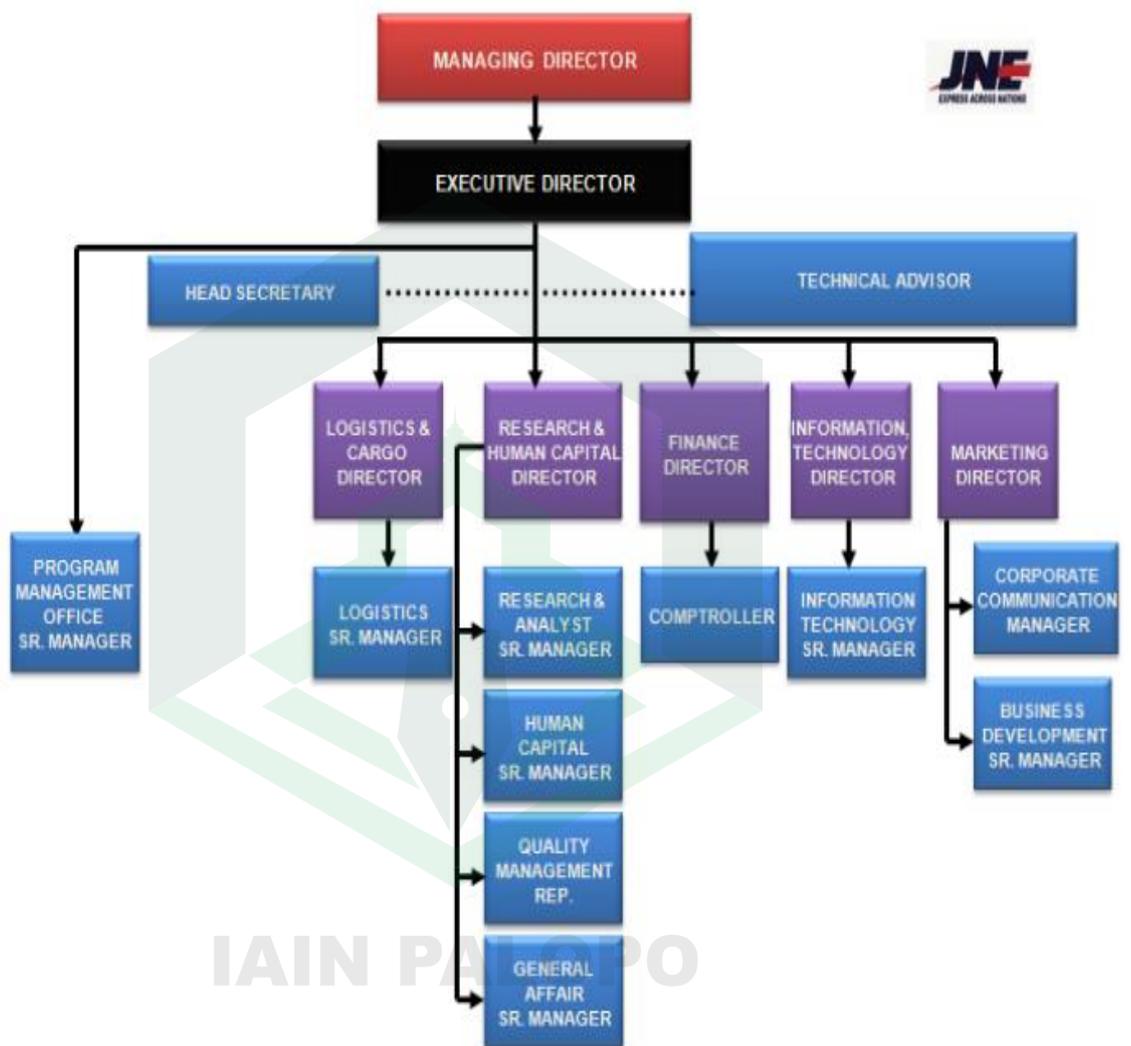
1) Jnt Ekspres



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jnt Ekspres

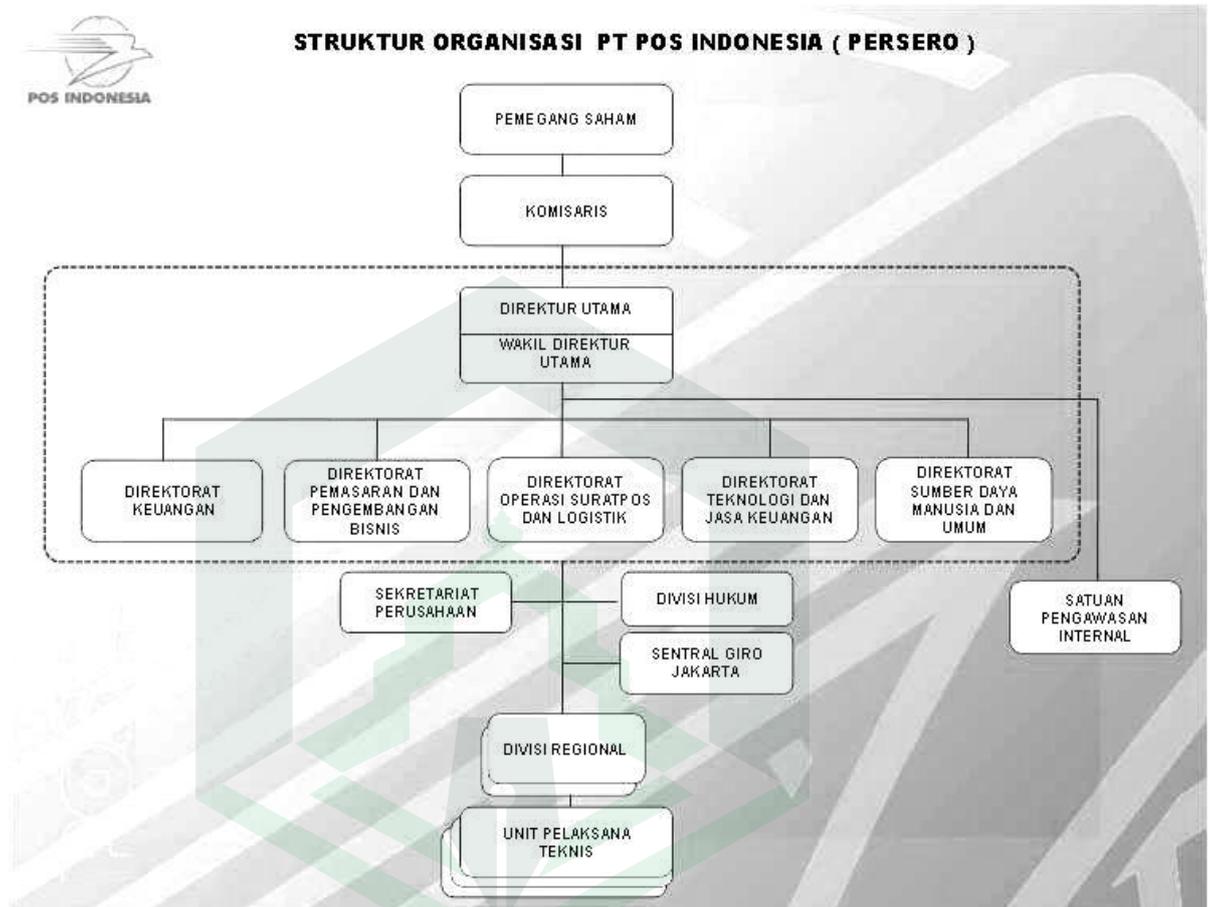
2) Jne Ekspres

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Jne Ekspres



3) PT. Pos Indonesia

Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia



3. Hasil analisis data

a. Uji Validitas IAIN PALOPO

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian dalam menentukan valid atau tidaknya dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid.

Dengan tingkat signifikan sebesar 0,05%. Maka di dapat r tabel yaitu 0,279.

Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.1 Hasil pengujian validitas

Variabel	Item	r-hitung			r-tabel	Keterangan
		PT. Pos Indonesia	Jne Ekspres	Jnt Ekspres		
Kepuasan Pelanggan (X)	1	0.823	0.569	0.808	0,279	Valid
	2	0.816	0.481	0.772	0,279	Valid
	3	0.804	0.565	0.774	0,279	Valid
	4	0.820	0.660	0.768	0,279	Valid
	5	0.907	0.350	0.748	0,279	Valid
	6	0.786	0.634	0.657	0,279	Valid
	7	0.838	0.386	0.790	0,279	Valid
	8	0.849	0.282	0.749	0,279	Valid
	9	0.840	0.462	0.767	0,279	Valid
	10	0.850	0.357	0.736	0,279	Valid
	11	0.854	0.338	0.798	0,279	Valid
	12	0.854	0.401	0.790	0,279	Valid
	13	0.858	0.319	0.767	0,279	Valid
	14	0.756	0.462	0.818	0,279	Valid
	15	0.869	0.507	0.830	0,279	Valid
	16	0.786	0.285	0.798	0,279	Valid
	17	0.841	0.363	0.856	0,279	Valid
	18	0.785	0.335	0.867	0,279	Valid
	19	0.767	0.313	0.807	0,279	Valid
	20	0.775	0.507	0.423	0,279	Valid

Sumber: Olah data SPSS 20

Hasil validitas item kuesioner diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam setiap variabel memiliki nilai korelasi rhitung lebih besar dari rtabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner dari semua variabel valid (dapat diterima)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan atau tingkat kepercayaan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Jika nilai Cronbach's Alpha > rtabel dapat dikatakan bahwa item pernyataan tersebut reliabel. Hasil perhitungan uji reliabilitas setiap variabel dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.2 Uji Reabilitas Jne Ekspres (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	20

Sumber: Olah data SPSS 20

Hasil dari uji reabilitas terhadap variabel Jne Ekspres Palopo (X_1) menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,770. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan/pertanyaan dari X_1 teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,279.

Tabel 4.3 Uji Reabilitas Jnt Ekspres (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	20

Sumber: Olah data SPSS 20

Hasil dari uji reabilitas terhadap variabel Jnt Ekspres Palopo (X_2) menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,959. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan/pertanyaan dari X_2 teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,279$.

Tabel 4.4 Uji Reabilitas PT. Pos Indonesia (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	20

Sumber: Olah data SPSS 20

Hasil dari uji reabilitas terhadap variabel PT. Pos Indonesia (X_2) menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,975. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan/pertanyaan dari X_3 teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,279$

c. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus distribusi frekuensi:

$$TK = \frac{\text{Nilai Aktual}}{\text{Nilai Maksimum}} \times 100\%$$

Dengan hasil perhitungan di setiap bisnis kurir, sebagai berikut:

1) Bisnis Kurir

a) Jne Ekspres Kota Palopo

$$TK \text{ Jne Ekspres} = \frac{3247}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$TK \text{ Jne Ekspres} = 81,1\%$$

Jadi, tingkat Kepuasan Pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo adalah 81,1%

b) Jnt Ekspres Kota Palopo

$$TK \text{ Jnt Ekspres} = \frac{3549}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$TK \text{ Jnt Ekspres} = 88,7\%$$

Jadi, tingkat kepuasan pelanggan pada Jnt Ekspres Kota Palopo adalah 88,7%

c) PT. Pos Indonesia Kota Palopo

$$PT. \text{Pos Indonesia} = \frac{3381}{20 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$Pt. \text{Pos Indonesia} = 84,5\%$$

Jadi, tingkat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Kota Palopo adalah 84,5%

Kesimpulan dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan pada bisnis kurir dimana Jne ekspres Kota Palopo memiliki nilai tingkat kepuasan sebesar 81,1%, nilai tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan pada PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu sebesar 84,5% , dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki tingkat kepuasan paling tinggi diantara ketiga bisnis kurir tersebut.

2) Indikator kepuasan pelanggan

a) Kualitas Pelayanan

$$\begin{aligned}
 \text{Jne ekspres} &= \frac{1247}{8 \times 4 \times 50} \times 100\% \\
 &= 77,9\% \\
 \text{Jnt ekspres} &= \frac{1423}{8 \times 4 \times 50} \times 100\% \\
 &= 88,9\% \\
 \text{PT. Pos Indonesia} &= \frac{1349}{8 \times 4 \times 50} \times 100\% \\
 &= 84,3\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada indikator kualitas pelayanan bahwa Jne Ekspres Kota Palopo memiliki nilai kualitas pelayanan sebesar 77,9%, Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai kualitas pelayanan sebesar 88,9%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo memiliki nilai kualitas pelayanan sebesar 84,3%, jadi dari hasil pengukuran kepuasan pelanggan pada indikator kualitas pelayanan Jnt Ekspres memiliki nilai tertinggi dibandingkan kedua bisnis jasa kurir yaitu Jne Ekspres dan PT. Pos Indonesia.

b) Harga

$$\begin{aligned} Jne \text{ ekspres} &= \frac{819}{5 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 81,9\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Jnt \text{ ekspres} &= \frac{881}{5 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 88,1\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} PT. \text{ Pos Indonesia} &= \frac{849}{5 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 84,9\% \end{aligned}$$

Dari hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada indikator harga bahwa Jne Ekspres Kota Palopo memiliki nilai kepuasan harga sebesar 81,9%, Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai kepuasan harga sebesar 88,1%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo memiliki nilai kepuasan harga sebesar 84,9%, jadi dari hasil pengukuran kepuasan pelanggan pada indikator kepuasan harga Jnt Ekspres memiliki nilai tertinggi dibandingkan kedua bisnis jasa kurir yaitu Jne Ekspres dan PT. Pos Indonesia.

c) Faktor emosional

$$\begin{aligned} Jne \text{ ekspres} &= \frac{815}{5 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 81,5\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Jnt \text{ ekspres} &= \frac{887}{5 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 88,7\% \end{aligned}$$

$$PT. \text{ Pos Indonesia} = \frac{881}{5 \times 4 \times 50} \times 100\%$$

$$= 88,1\%$$

Dari hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada indikator faktor emosional konsumen bahwa Jne Ekspres Kota Palopo memiliki nilai faktor emosional konsumen sebesar 81,5%, Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai faktor emosional konsumen sebesar 88,7%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo memiliki nilai faktor emosional konsumen sebesar 88,1%, jadi dari hasil pengukuran kepuasan pelanggan pada indikator faktor emosional konsumen Jnt Ekspres memiliki nilai tertinggi dibandingkan kedua bisnis jasa kurir yaitu Jne Ekspres dan PT. Pos Indonesia.

d) Kemudahan mendapatkan jasa

$$\begin{aligned} \text{Jne ekspres} &= \frac{339}{2 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 84,7\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jnt ekspres} &= \frac{358}{2 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 89,5\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{PT. Pos Indonesia} &= \frac{355}{2 \times 4 \times 50} \times 100\% \\ &= 88,7\% \end{aligned}$$

Dari hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada indikator kemudahan mendapatkan jasa bahwa Jne Ekspres Kota Palopo memiliki nilai kepuasan harga sebesar 84,7%, Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai indikator pada kemudahan mendapatkan jasa sebesar 89,5%, dan PT. Pos

Indonesia Kota Palopo memiliki nilai indikator kemudahan mendapatkan jasa sebesar 88,7%, jadi dari hasil pengukuran kepuasan pelanggan pada indikator kemudahan mendapatkan jasa Jnt Ekspres memiliki nilai tertinggi dibandingkan kedua bisnis jasa kurir yaitu Jne Ekspres dan PT. Pos Indonesia.

d. Uji Normalitas data

Tabel 4.5
Uji Normalitas

Tests of Normality							
	Bisnis Kurir	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
	JNT Ekspres	.144	50	.012	.949	50	.031
Kepuasan Pelanggan	Jne Ekspres	.223	50	.000	.875	50	.000
	PT. Pos Indonesia	.144	50	.011	.862	50	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Olah data SPSS 20

Berdasarkan hasil uji Normalitas pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat dari uji Kolmogrov-Smirnov (K-S) dan Shapiro-Wilk yang dilakukan memiliki hasil yang berbeda pada setiap variabel sampel. Hanya variabel kepuasan pelanggan pada Jnt Ekspres Kota Palopo yang berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp. Sig lebih besar dari α (0,05) sedangkan variabel kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo tidak berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp. Sig lebih kecil dari α (0,05).

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data tidak berdistribusi normal sehingga peneliti tidak dapat melakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan statistika parametric. Oleh karena ini, peneliti melanjutkan analisis dengan menggunakan statistik nonparametrik yang tidak mengharuskan data berdistribusi normal.

e. Uji Kruskal Wallis

Dikarenakan tidak terpenuhinya uji asumsi klasik dalam statistik parametrik, untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji Kruskal-Wallis untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kreativitas pada setiap sampel yang diteliti. Perhitungan statistik dalam analisis Kruskal-Wallis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan bantuan program *software SPSS statistics 20* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Kruskal Wallis
Ranks

	Bisnis_Kurir	N	Mean Rank
Kepuasan_pelan ggan	Jne Ekspres	50	60.52
	Jnt Ekspres	50	87.77
	Pt. Pos Indonesia	50	78.21
	Total	150	

Sumber: Olah data SPSS 20

Pada table 4.6 Kruskal Wallis Test Rank diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada 150 sampel, yang terdiri dari Jne Ekspres Kota Palopo, Jnt Ekspres Kota Palopo, PT. Pos Indonesia Kota Palopo. Kemudian pada nilai Mean Rank ini menunjukkan bahwa peringkat rata-rata

masing-masing bisnis kurir . Dari hasil rata-rata Mean Rank diperoleh dari bisnis kurir Jne Ekspres Kota Palopo yaitu 60,52, Jnt Ekspres Kota Palopo yaitu 87,77, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu 78,21. Maka hasil Mean Rank diatas menunjukkan kepuasan pelanggan rata-rata bisnis kurir Jnt Ekspres Kota Palopo lebih tinggi dari pada rata-rata nilai bisnis kurir PT. Pos Indonesia Kota Palopo. Sedangkan nilai rata-rata PT. Pos Indonesia Kota Palopo lebih tinggi dari pada nilai rata-rata Jne Ekspres.

Test Statistics ^{a,b}	
Kepuasan_pelanggan	
Chi-Square	10.161
df	2
Asymp. Sig.	.006

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Bisnis_Kurir

Sumber: Olah data SPSS 20

Berdasarkan hasil output “Test Statistics” diatas, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar $0,006 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres Kota Palopo, Jnt Ekspres Kota Palopo, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo

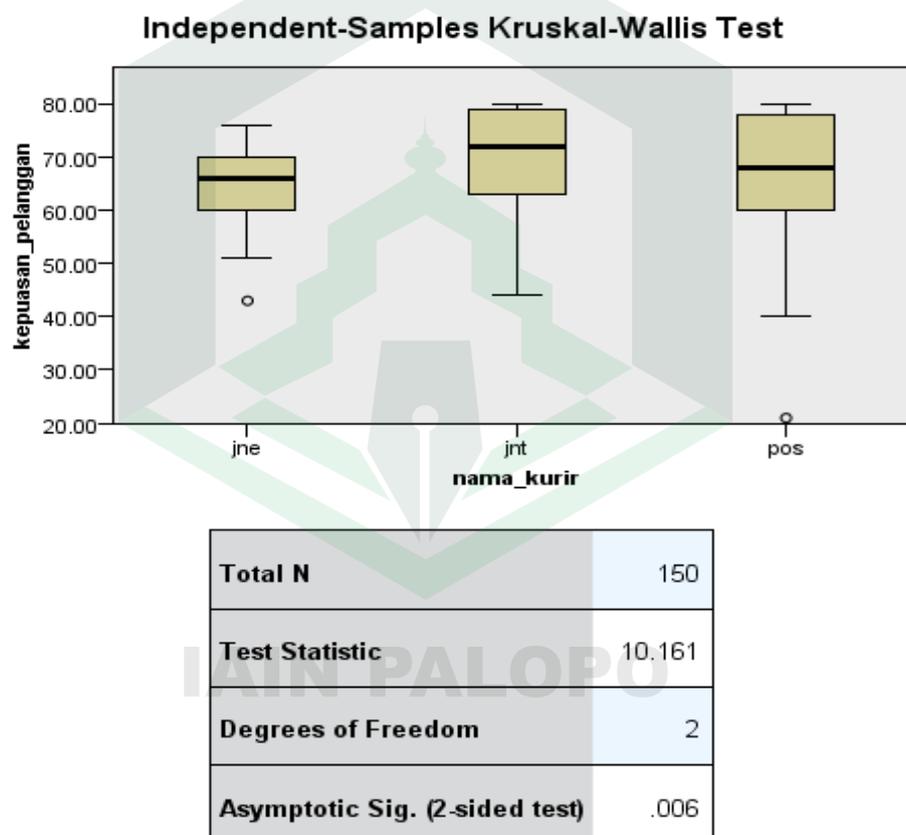
Nonparametric Tests

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of kepuasan_pelanggan is the same across categories of nama_kurir.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.006	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

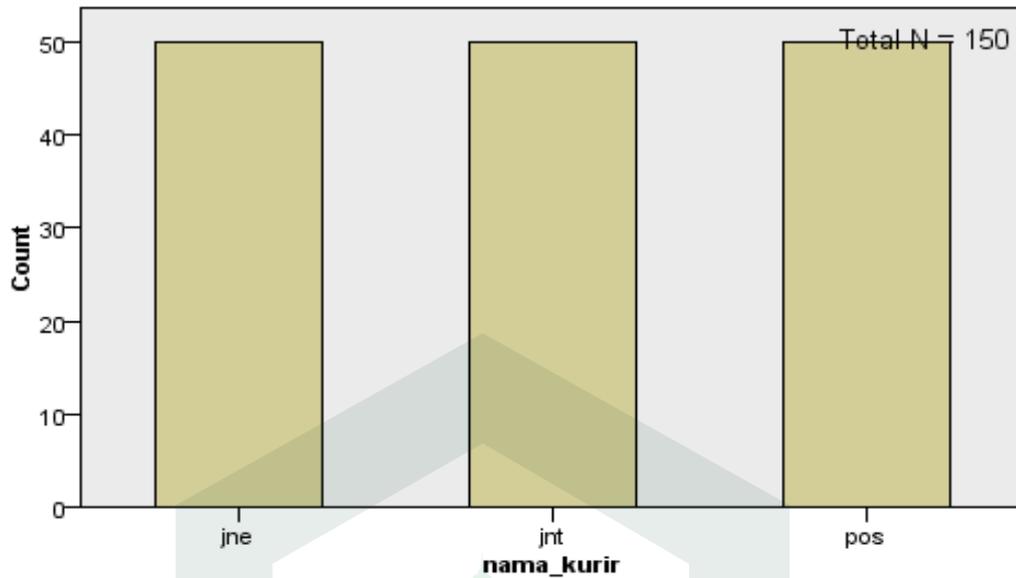
Sumber: Olah data SPSS 20



1. The test statistic is adjusted for ties.

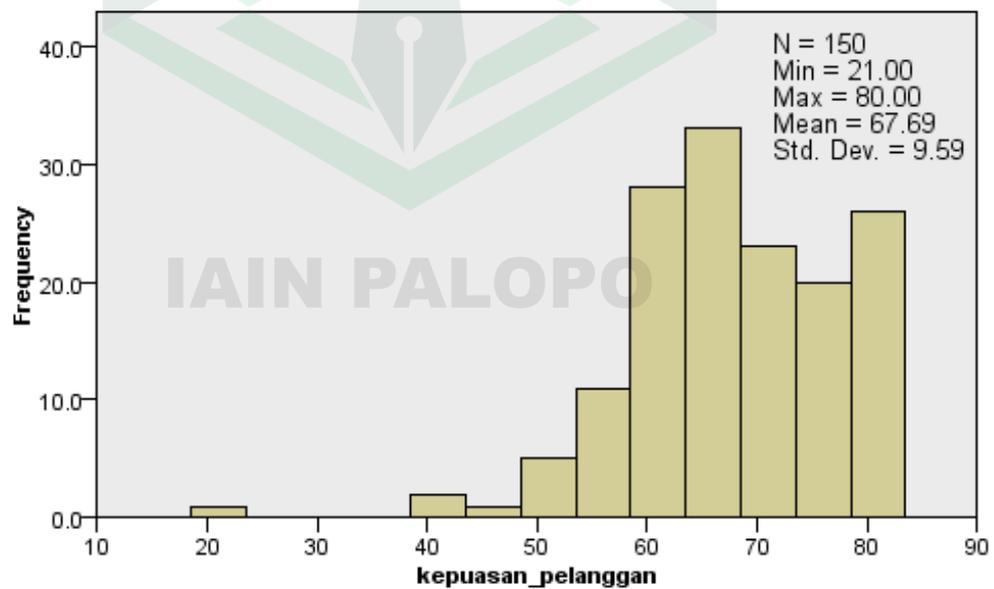
Sumber: Olah data SPSS 20

Categorical Field Information



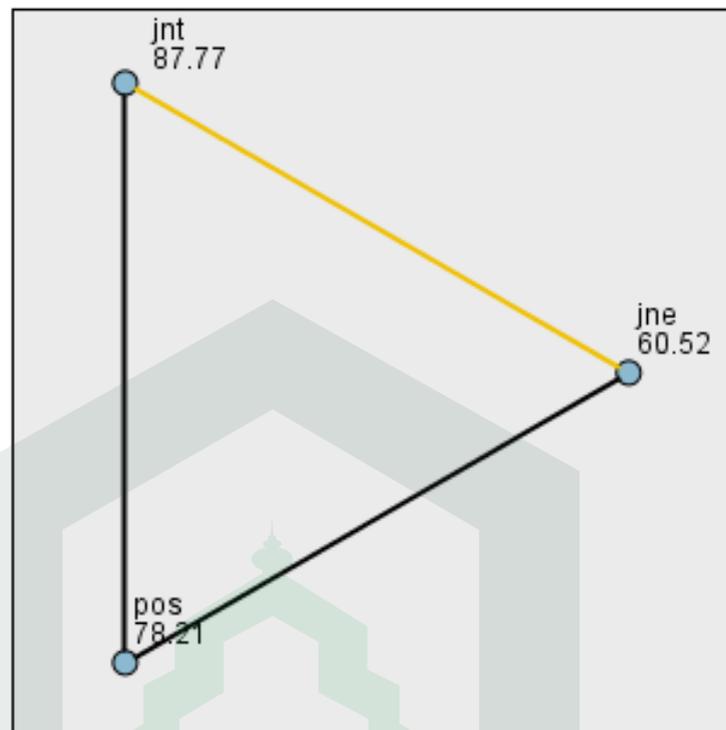
Sumber: Olah data SPSS 20

Continuous Field Information



Sumber: Olah data SPSS 20

Pairwise Comparisons of nama_kurir



Sumber: Olah data SPSS 20

Each node shows the sample average rank of nama_kurir.

Sample1-Sample2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj.Sig.
jne-pos	-17.690	8.675	-2.039	.041	.124
jne-jnt	-27.250	8.675	-3.141	.002	.005
pos-jnt	9.560	8.675	1.102	.270	.811

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is .05.

Sumber: Olah data SPSS 20

Dari Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan:

- a. Perbandingan antara Jne Ekspres Palopo dan PT. Pos Indonesia memiliki nilai sig. 0,41 dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir Jne Ekspres Palopo dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo
- b. Perbandingan antara Jne Ekspres Palopo dan Jnt Ekspres Palopo memiliki nilai sig. 0,02 dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir Jne Ekspres Palopo dan Jnt Ekspres Palopo
- c. Perbandingan antara PT. Pos Indonesia Kota Palopo dan Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki nilai sig. 0,270. dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan dari bisnis jasa kurir PT. Pos Indonesia Kota Palopo dan Jnt Ekspres Palopo.

B. Pembahasan

- a. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo

Perhitungan tingkat Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Kurir dengan menggunakan rumus, dimana Jne ekspres Kota Palopo memiliki nilai tingkat kepuasan sebesar 81,1%, nilai tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan pada PT. Pos Indonesia Kota Palopo yaitu sebesar 84,5% , dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa Jnt Ekspres memiliki tingkat kepuasan pelanggan paling tinggi diantara ketiga bisnis kurir tersebut.

Setelah diperoleh hasil tingkat kepuasan ketiga bisnis jasa kurir tersebut selanjutnya dilakukan analisa lanjut dengan menguji indikator-indikator

kepuasaan pelanggan dari ketiga bisnis jasa kurir tersebut, diantaranya indikator kualitas pelayanan pada Jne Ekspres Kota Palopo sebesar 77,9%, Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,9%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo sebesar 84,3%

Indikator harga pada Jne Ekspres Kota Palopo sebesar 81,9%, Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,1%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo sebesar 84,9%,

Indikator faktor emosional pada Jne Ekspres Kota Palopo sebesar 81,5%, Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 88,7%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo sebesar 88,1%,

Indikator kemudahan mendapatkan jasa pada Jne Ekspres Kota Palopo sebesar 84,7%, Jnt Ekspres Kota Palopo sebesar 89,5%, dan PT. Pos Indonesia Kota Palopo sebesar 88,7%, Jadi dari hasil hitung indikator-indikator kepuasan pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa Jnt Ekspres Kota Palopo unggul di semua indikator yang diikuti oleh PT. Pos Indonesia Kota Palopo dan yang terendah dari keempat indikator kepuasan pelanggan yaitu Jne Ekspres Kota Palopo.

b. Perbedaan Kepuasan Pelanggan terhadap Bisnis Jasa Kurir di KotaPalopo

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa terdapat perbedaan Kepuasan Pelanggan terhadap Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo dengan diperolehnya nilai nilai Asymp.Sig adalah sebesar 0,006 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.006 < 0.05$, jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada perbedaan Kepuasan Pelanggan antara Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia di Kota Palopo. Sehingga dengan adanya

perbedaan kepuasan dari ketiga bisnis kurir maka peneliti melanjutkan penelitian dengan uji lanjutan, maka diperoleh bahwa tingkat kepuasan pada Jnt Ekspres Kota Palopo memiliki kepuasan yang lebih tinggi di bandingkan dengan Jne Ekspres Kota Palopo dan PT. Pos Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Felicia Audrey Prasetyo. mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kualitas antara JNE dan J&T Ekspres.



IAIN PALOPO

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

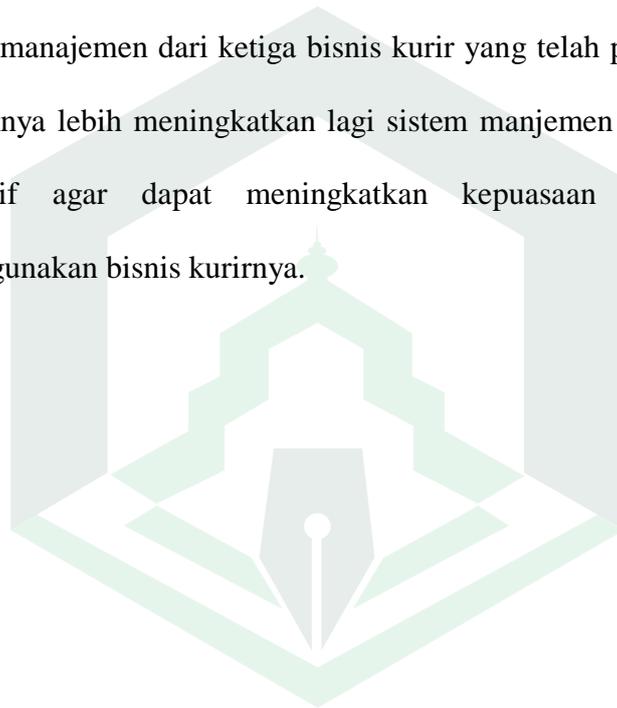
Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, dan PT. Pos Indonesia, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan Pelanggan Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres, PT. Pos Indonesia, yang dilihat dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan bahwa Jnt Ekspres memiliki tingkat kepuasan pelanggan tertinggi yaitu 88,7%, yang kedua PT. Pos Indonesia yaitu 84,5%, dan yang ketiga yaitu Jne Ekspres sebesar 81,1%
2. Terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia, yang di lihat dari hasil uji kruskal wallis bahwa berdasarkan hasil output “Test Statistics”, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar $0,006 < 0,05$. Dengan demikian, disimpulkan terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pada Jne Ekspres, Jnt Ekspres dan PT. Pos Indonesia

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, penulis mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penulis menyarankan untuk menambahkan variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada variabel lain yang berpengaruh memberikan perbandingan terhadap ketiga bisnis kurir tersebut.
2. Dalam upaya untuk meningkatkan rasa kepuasan konsumen yang akan menggunakan bisnis kurir tersebut di masa yang akan datang, sebaiknya pihak manajemen dari ketiga bisnis kurir yang telah peneliti teliti tersebut sebaiknya lebih meningkatkan lagi sistem manajemen yang lebih baik dan inovatif agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah menggunakan bisnis kurirnya.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007).
Cet ke-1, 180
- Amirullah, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2002), 3
- Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia
Pustaka Utama, 2003), 13
- Enny Keristiana Sinaga, Zulkifli Matondang, dan Harun Sitompul, *STATISTIKA;
Teori dan Aplikasi Pendidikan*, (Medan: Yayasan Kita
Menulis, 2019), 94.
<https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/106>.
- Eva Agustina, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, dan Nana Triapnita Naingolan,
“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar,” *Jurnal
Manajemen* 5, no. 1 (2019): 41–42,
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga, (Yogyakarta: Andi
Offiset, 2008), 34
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik – Mengupas
Pemasaran* Ed.III, (Yogyakarta, ANDI, 2017), 86
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia, 2000), 273.
- Fathira Virdha Noor, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan
pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia,” *Skripsi IAIN
Bengkulu*, (2020). <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/>
- Felicia Audrey Prasetyo, “Analisis Perbandingan Service Quality Antara Jne Dan
J&t Ekpress,” *JurnalStrategiPemasaran*(2017),8.
https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/masa/2017/jiunkpe-is-s1-2017-36413035-40446-perbandingan-abstract_toc.pdf
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT.
Gramedia) 6.

Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing, (Global Research and Consulting Institute, 2017), 78

Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), 40

Hendra Fure, "Lokasi Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol.1, No.3 (september 2018), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/3479/1/watermark%20perpus.pdf>

Jamal Iskandar, "Analisis Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang pada PT. Indah Logistic Cargo Cabang Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi Univ. Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru*, (2019). <http://repository.uin-suska.ac.id/22805/2/GABUNG.pdf>

John C. Mowen Michael Minor, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), 275

M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 48

Muh. Ruslan Abdullah dan Fasiha Kamal, "*Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*", Cet Kedua, Makassar, Lumbung Informasi Pendidikan, 2014.

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 3

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2006), 42

Priska Liliani, "Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie," *Jurnal Bina Manajemen* 8, no. 2 (2020): 25, <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/85/73>.

Rahayu, E.M, " Berebut kue logistik yang menggiurkan", (2014). <https://swa.co.id/swa/trends/management/berebut-kue-logistik-yang-menggiurkan>

- Rahman, A, "Belanja Online Marak, Jasa Kirim Barang Banjir Order" (2017).
<http://m.bisnis.com/industri/read/20170320/98/638645/belanja-online-marak-jasa-kirim-barang-banjirorder>
- Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Ghalia Indonesia, 2003). Cet ke-1, 56
- Somasundaram, R., Balasubramani, R., & Krishnamoorthy, V., "Customer behaviour of courier service in erode district" *Indian Journal of Research* (2013) 108.
- Stephen, P.R dan Timothy A. J, *Perilaku organisasi Edisi 16* (Jakarta: Salemba Empat) 2015
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan RND*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 132.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2008) 40
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) 57.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfa beta),2008
- Titik Wijayanti, *Marketing Plan! Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), 179.
- Tjiptono, Fandy., *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi) 2011.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Penerapan Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Pustaka Utama, 2013), 7-8
- Walliman, N, *Research method: The basic*, (London: Routledge, 2011)
- Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP, 1997), 175

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Kepada Yth. Responden

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir, saya Mineliani Putri Daming mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah, sedang membuat penelitian yang berjudul "Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo".

Saya mohon kesediaan saudara untuk dapat meluangkan waktu sejenak mengisi kuesioner dibawah ini. Hasil dari jawaban anda akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Petunjuk penggunaan kuesioner

1. Kuesioner ini semata-mata digunakan untuk kebutuhan akademis/penelitian, mohon dijawab dengan jujur. Kerahasiaan jawaban akan dijaga sepenuhnya oleh peneliti.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda centak (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Anda.
3. Adapun makna dari tanda tersebut adalah sebagai berikut:

STP	: Sangat Tidak Puas (1)
TP	: Tidak Puas (2)
CP	: Cukup Puas (3)
SP	: Sangat Puas (4)
4. Terimakasih atas waktu dan partisipasinya.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur / Tahun:

Saudara/i diminta memberikan jawaban dan menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap bisnis jasa kurir yang telah digunakan. Kami memberikan lima pilihan jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

NO.	Pertanyaan	SP	CP	TP	STP
		4	3	2	1
Kualitas Pelayanan					
1.	Saya merasa puas dengan kinerja pegawai cekatan dan tanggap di JNE Kota Palopo				
2.	Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian di JNE Kota Palopo				
3.	Saya merasa puas dengan keramahan pegawai JNE dalam melayani konsumen				
4.	Pelayanan saat di Jne cepat				
5.	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Jne Kota Palopo				
6.	Penampilan dari pegawai Jne rapi				
7.	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan				
8.	Karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami				
Harga					
9.	Harga pengiriman paket di jne yang rendah membuat konsumen ingin berbelanja kembali				
10.	Harga yang ditawarkan Jne bervariasi sesuai dengan layanan yang dipilih				
11.	Saya merasa puas dengan adanya potongan harga ongkis kirim di Jne				
12.	Saya merasa puas dengan harga jasa yang ditawarkan oleh Jne				

13.	Saya merasa puas produk dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan terjangkau bagi konsumen				
Faktor Emosional					
14.	Saya merasa lebih bergengsi menggunakan jasa pengiriman paket di Jne				
15.	Saya menyukai menggunakan jasa di Jne karena lebih cepat sampai ditujuan				
16.	Saya merasa lebih senang menggunakan jasa pengiriman paket di jne karena paket saya sampai dengan aman				
17.	Saya tertarik pada Jne menjadi pilihan utama saat ingin menggunakan jasa pengiriman paket				
18.	Saya merasa bahagia pelayanan yang diberikan karyawan Jne sopan dan ramah				
Kemudahan Mendapatkan Jasa					
19.	Kantor jne palopo mudah dijangkau				
20.	Saya merasa puas dengan kantor jne palopo karena tempatnya strategis				



IAIN PALOPO

Lampiran 2. Surat izin meneliti



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Telp. 0471 – 22076 Fax. 0471-325195 Kota Palopo
Website : //www.iainpalopo.ac.id/ /http://febi-iainpalopo.ac.id/

Nomor : B 182 /In.19/FEBI.04/KS.02/9/2021 Palopo, 29 September 2021
Lamp : 1 (satu) Exempler
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Kepala DPMPTSP Kota Palopo
Di -
Palopo

Bersama ini disampaikan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Mineliani Putri Daming
Tempat/Tanggal Lahir : Bua, 11 September 1999
NIM : 17 0403 0056
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Tahun Akademik : 2021/2022
Alamat : Jl. Datuk Sulaiman Desa Pabbaresseng, Kec.Bua
Kab.Luwu

akan melaksanakan penelitian di Palopo dalam rangka penulisan skripsi dengan
Judul

“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir Di Kota Palopo”.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas bantuannya diucapkan terima
kasih.

Dekan

Dr. H. ~~Rahman~~ M, M.M. §

Lampiran 3. Tabulasi data

NO. RESP.	JNE EKSPRESS KOTA PALOPO																							
	Kualitas Pelayanan									Harga						Faktor emosional						Kemudahan mendapatkan jasa		TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	total	X9	X10	X11	X12	X13	total	X14	X15	X16	X17	X18	total	X19	X20	
1	4	4	3	4	4	4	2	4	29	4	2	2	4	4	16	4	4	3	3	3	17	4	4	
2	2	3	3	2	2	3	4	3	22	4	3	3	4	4	18	3	2	4	3	2	14	4	2	6
3	4	3	4	4	4	4	3	2	28	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	8
4	4	4	3	3	4	3	2	3	26	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	3	15	4	3	7
5	3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	3	3	4	4	18	4	2	4	3	3	16	4	2	6
6	3	4	4	3	4	3	3	0	24	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	3	16	4	3	7
7	4	3	4	4	3	2	2	4	26	4	2	4	4	4	18	4	2	4	4	4	18	4	2	6
8	3	4	3	4	4	4	3	4	29	3	4	2	3	4	16	3	4	3	2	4	16	4	4	8
9	2	3	2	1	2	3	2	4	19	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15	4	3	7
10	4	4	3	4	3	4	3	4	29	3	4	3	4	4	18	4	3	2	3	4	16	4	3	7
11	3	4	4	4	3	3	3	3	27	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	8
12	1	2	2	3	4	3	2	2	19	1	2	3	4	4	14	4	3	4	3	3	17	3	3	6
13	3	3	4	4	3	4	3	4	28	3	4	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18	4	4	8
14	3	4	3	4	4	4	3	4	29	3	4	4	3	4	18	2	2	3	4	4	15	2	2	4
15	3	4	3	2	4	2	3	4	25	4	3	3	3	4	17	2	3	4	2	3	14	3	3	6
16	4	4	4	3	3	3	3	4	28	2	4	3	4	4	17	3	4	3	3	3	16	4	4	8
17	4	3	3	4	3	3	3	3	26	3	3	4	2	4	16	2	3	3	4	4	16	4	3	7
18	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	2	16	4	4	8
19	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3	4	4	4	4	19	3	3	2	4	3	15	4	3	7

20	3	4	3	2	2	3	3	2	22	4	3	4	4	4	19	2	2	4	4	4	16	4	2	6
21	3	4	3	3	4	3	3	4	27	2	3	4	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	8
22	3	3	4	4	4	4	4	3	29	3	4	3	3	3	16	2	3	3	4	4	16	4	3	7
23	3	3	4	4	4	3	4	4	29	3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19	2	4	6
24	4	3	3	4	3	3	4	4	28	4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	6
25	1	2	3	2	1	3	3	4	19	2	3	4	3	4	16	3	3	4	4	3	17	3	3	6
26	3	3	3	3	4	4	4	3	27	3	4	4	4	3	18	4	2	3	4	4	17	4	2	6
27	2	3	2	1	3	1	3	3	18	2	3	4	2	4	15	4	1	2	4	3	14	3	1	4
28	3	4	3	4	4	4	4	4	30	3	2	3	4	2	14	3	4	4	4	4	19	3	4	7
29	4	4	3	4	3	3	3	4	28	2	4	4	3	4	17	4	2	4	4	3	17	4	2	6
30	4	3	3	3	4	4	4	4	29	3	3	3	4	3	16	3	3	4	3	3	16	4	3	7
31	4	3	4	4	4	4	3	4	30	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	8
32	3	3	3	3	3	3	3	2	23	4	3	4	2	4	17	3	4	4	4	3	18	4	4	8
33	3	3	4	3	3	3	3	3	25	2	3	2	4	3	14	2	2	4	3	4	15	4	2	6
34	3	2	1	3	3	3	3	2	20	2	3	3	4	4	16	1	3	2	4	1	11	3	3	6
35	4	3	3	4	3	4	4	4	29	4	2	4	3	4	17	4	4	4	4	3	19	4	4	8
36	3	1	3	2	2	3	3	4	21	2	4	3	2	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	8
37	3	3	4	3	3	3	4	4	27	3	1	4	1	3	12	1	3	2	3	4	13	4	3	7
38	4	3	3	3	4	4	3	4	28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
39	3	3	2	3	3	2	4	2	22	4	3	3	3	3	16	3	2	2	3	3	13	3	2	5
40	3	2	3	1	1	2	3	3	18	2	3	4	3	4	16	3	4	4	3	3	17	3	4	7
41	4	3	4	3	3	3	3	4	27	4	3	3	3	4	17	4	4	4	2	2	16	3	4	7
42	3	3	4	3	4	3	3	4	27	4	3	4	4	3	18	3	1	3	4	4	15	4	1	5
43	2	3	4	3	4	3	4	3	26	2	3	3	3	3	14	4	3	4	3	4	18	4	3	7
44	3	2	3	2	3	2	1	2	18	2	3	2	2	4	13	2	4	4	3	3	16	4	4	8

45	3	2	3	3	3	2	4	4	24	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	4	18	4	4	8	3247
46	1	3	4	3	3	2	3	3	22	3	3	3	3	4	16	4	3	4	4	2	17	4	3	7	
47	3	2	2	3	4	3	1	4	22	2	3	1	2	1	9	2	1	1	1	3	8	3	1	4	
48	3	3	4	3	3	3	4	4	27	2	3	3	3	3	14	2	3	4	3	4	16	4	3	7	
49	3	2	4	3	4	3	4	4	27	3	3	4	3	2	15	4	4	1	4	3	16	3	4	7	
50	2	3	3	1	3	2	3	4	21	2	3	2	3	4	14	2	3	4	4	3	16	4	3	7	
									1274						819						815			339	3247



IAIN PALOPO

JNT EKSPRESS KOTA PALOPO

NO. RESP.	JNT EKSPRESS KOTA PALOPO																							TOTAL	
	Kualitas Pelayanan									Harga						Faktor emosional						Kemudahan mendapatkan Jasa			
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	total	X9	X10	X11	X12	X13	total	X14	X15	X16	X17	X18	total	X19	X20		total
1	4	2	3	3	3	2	4	4	25	3	4	4	3	3	17	4	3	4	4	3	18	4	3	7	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	4	3	17	3	3	3	4	3	16	4	3	7	
3	3	3	2	2	4	3	3	3	23	3	3	3	3	2	14	3	3	3	4	3	16	3	4	7	
4	4	4	4	3	4	3	4	3	29	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	4	18	4	4	8	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	3	1	4	
7	4	4	4	3	4	4	4	4	31	2	3	3	3	3	14	3	2	3	3	3	14	3	4	7	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	8	
9	4	4	4	4	4	3	4	3	30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8	
10	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	8	
11	4	3	3	3	3	3	3	4	26	3	3	3	3	4	16	2	3	4	3	3	15	3	3	6	
12	3	4	4	2	3	4	4	4	28	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	16	4	3	7	
13	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	3	3	6	
14	4	4	3	4	4	3	3	4	29	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	4	4	8	
15	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	6	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	8	
18	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3	3	6	
19	3	2	3	4	4	2	3	3	24	3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	3	17	4	4	8	
20	3	2	3	2	3	4	4	3	24	2	4	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	8	

21	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	8
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	6
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	7
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	7
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	2	6
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	2	14	4	3	7
27	3	3	3	3	2	3	3	3	23	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	2	12	4	4	8
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
29	3	4	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	3	7
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	6
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
33	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	7
34	2	2	3	2	3	2	2	3	19	2	3	2	2	2	11	2	2	3	1	2	10	3	3	6
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	8
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	1	3	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	7
38	3	3	4	4	4	3	3	3	27	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	3	17	3	4	7
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	6
40	4	4	3	3	4	3	4	4	29	3	4	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	4	4	8
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
42	3	3	3	4	3	4	4	3	27	4	4	4	4	3	19	3	2	4	4	3	16	4	3	7
43	4	3	4	3	4	4	4	4	30	4	3	3	3	3	16	3	4	4	4	4	19	4	4	8
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
45	3	3	4	3	3	3	2	3	24	2	4	2	2	4	14	4	4	4	3	4	19	4	4	8

46	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16	4	4	8
47	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	15	4	3	7
48	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	3	7
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	7
									1423						881						887			358
																								3549



IAIN PALOPO

NO. RESP.	PT. POS INDONESIA KOTA PALOPO																							
	Kualitas Pelayanan									Harga						Faktor emosional						Kemudahan mendapatkan jasa		TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	total	X9	X10	X11	X12	X13	total	X14	X15	X16	X17	X18	total	X19	X20	
1	2	3	2	3	3	4	3	3	23	3	3	3	3	3	15	3	2	4	2	4	15	4	4	8
2	3	3	3	3	4	4	3	4	27	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	4	4	8
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19	4	4	8
4	4	4	4	3	4	4	3	4	30	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16	3	4	7
5	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	2	3	3	15	2	2	3	2	3	12	4	4	8
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	4	17	4	4	8
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	8
8	2	2	2	2	2	3	3	3	19	1	2	2	2	2	9	2	2	2	1	2	9	1	2	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	3	11	3	3	6
10	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	2	3	3	14	3	2	3	2	3	13	3	3	6
11	3	2	3	3	4	3	4	4	26	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	3	4	7
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	6
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
14	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	2	13	3	2	3	4	3	15	4	4	8
16	3	3	4	3	3	4	3	3	26	3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	4	18	4	4	8
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
18	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	3	12	3	3	6
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8

22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	3	3	4	3	15	3	3	4	3	3	16	4	3	7
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	6
24	3	4	4	3	3	4	4	4	4	29	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	4	16	4	4	8
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	4	4	8
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
28	3	4	4	3	4	4	4	4	3	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	3	4	7
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	6
31	3	4	4	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	2	3	4	3	4	16	4	4	8
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
33	2	2	2	2	2	3	3	3	3	19	3	3	3	3	2	14	2	2	2	2	4	12	4	4	8
34	3	3	3	3	4	3	4	4	4	27	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16	3	3	6
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	8
36	3	4	3	3	3	3	3	3	3	25	4	3	3	3	4	17	4	3	4	3	4	18	3	4	7
37	4	4	4	3	3	4	3	4	4	29	3	4	3	3	4	17	4	3	4	3	3	17	4	3	7
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
39	3	4	4	4	3	4	3	3	3	28	3	2	4	3	3	15	4	4	3	3	4	18	3	3	6
40	4	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18	4	4	8
41	3	3	3	2	2	4	2	3	3	22	2	3	3	2	3	13	2	3	2	2	3	12	3	2	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8
43	3	3	3	3	3	4	3	4	4	26	3	3	4	3	3	16	4	3	4	3	3	17	4	3	7
44	2	3	2	2	3	3	2	3	3	20	4	3	3	3	3	16	4	3	4	3	3	17	3	4	7
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	6
46	3	4	4	3	4	4	4	4	4	30	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	4	16	4	3	7

47	1	2	1	1	1	1	1	1	9	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	2
48	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	4	17	3	3	6
49	4	4	2	1	3	3	3	4	24	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	3	18	3	4	7
50	2	3	4	3	3	3	4	4	26	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	4	7
									1349						849						828			355
																								3381



IAIN PALOPO

Lampiran 4: SK. Penguji

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 537/TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Mineliani Putri Daming
NIM : 17 0403 0056
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : **Perbandingan Layanan PT JNE dan PT POS Indonesia dalam Merebut Pelanggan (Studi Kasus di Kota Palopo)**
- III. Tim Dosen Penguji :
- | | |
|-----------------------|---|
| Ketua Sidang | : Dr. Hj. Ramlah M, M.M. |
| Sekretaris | : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. |
| Penguji Utama (I) | : Dr. Fasiha, M.EI. |
| Pembantu Penguji (II) | : Nurfadillah, SE., M.Ak. |

Palopo, 08 November 2021



Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN PALOPO

Lampiran 5: Buku Kontrol

No.	Uraian
1	Konsultasi Analisis data
2	Konsultasi Populasi dan Sampel
3	Konsultasi Kerangka pikir
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Materi Konsultasi

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
Konsultasi ke. 2 Hari Tanggal, 28 Juni 2021

6

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Pembimbing I
VP
Arsyad L, S.Si., M.Si
NIP. 1988072020190310007

No.	Uraian
1	Perbaikan kerangka pikir
2	Perbaikan Definisi Operasional
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Materi Konsultasi

Buku Kontrol Penulisan Skripsi
Konsultasi ke. 3 Hari Tanggal, 29 Agustus 2021

7

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Pembimbing I
VP
Arsyad L, S.Si., M.Si
NIP. 1988072020190310007

Lampiran 6: Kartu Kontrol



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Balandi Telp. 0471-22078.
 Website: <http://www.ainpalopo.ac.id/> / <http://febi-ainpalopo.ac.id/>

KARTU KONTROL
 SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Minelliani Putri Daming
 NIM : 17 0403 0056
 Prodi : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Jumat, 13 - Maret - 2020	Tiara Cahyani	Peran Ibu rumah tangga dalam meningkatkan pendapatan kreatifitas usaha tas rajut dikeluahan pajalesang Kota Palopo		
2	Rabu 24 - Nov - 2021	Hilda	Analisis Perbandingan masyarakat kel. Mu rante, kec. Mangkajene, Kota Palopo terhadap kinerja PT. Asera Tirta		
3	Senin 1 - Nov - 2021	Zainuddin	Implementasi Rantai dalam upaya meningkatkan pembangunan ekonomi di desa saling bagian di Desa Tolata		
4	Rabu 09 - Sept - 2021	Riki Amelia	Pengaruh Relasi kormi dan Luma wala terhadap Pendapatan penduduk rumah an di kec. Wara Timur Kota Palopo		
5	Senin 16 - ager - 2021	Hesti utary	Pengaruh Sikap chap lin ketahanan loggar jawa karyawan terhadap kapusa ch wasabah menabung di Bank BNI syariah		
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
 NIP 1961020811994032001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil

Lampiran 7: Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo. Yang ditulis oleh :

Nama : Mineliani Putri Daming
Nim : 17 0403 0056
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Arsyad L, S.Si., M.Si
Tanggal:

IAIN PALOPO

Lampiran 8: Nota dinas pembimbing

Arsyad L., S.Si., M.Si

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Mineliani Putri Daming

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mineliani Putri Daming

Nim :17 0403 0056

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap
Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing



Arsyad L., S.Si., M.Si.
Tanggal:

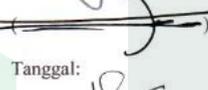
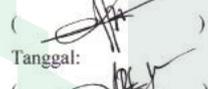
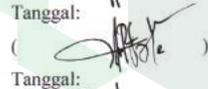
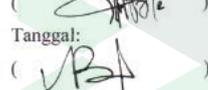
IAIN PALOPO

Lampiran 9: Persetujuan penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo yang ditulis oleh Mineliani Putri Daming Nomor Induk Mahasiswa 17 0403 0056, mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, 07 Januari 2022 dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M ()
Ketua sidang/penguji Tanggal: 
2. Dr. Muh Ruslan Abdullah, S.Ei.,M.A ()
Sekretaris Sidang/penguji Tanggal: 
3. Dr. Fasiha, M.El. ()
Penguji I Tanggal: 
4. Nurfadilah, S.E., M.Ak ()
Penguji II Tanggal: 
5. Arsyad L., S.Si., M.Si ()
Pembimbing Utama/Penguji Tanggal: 

IAIN PALOPO

Lampiran 10: Nota dinas penguji

Dr. Fasiha, M.El.
Nurfadilah., S.E., M.Ak
Arsyad L., S.Si., M.Si.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -
Hal : Skripsi an. Mineliani Putri Daming
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Mineliani Putri Daming
NIM : 17 0403 0056
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap
Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

1. Dr. Fasiha, M.El. Penguji I	(Tanggal:
2. Nurfadilah, S.E., M.Ak. Penguji II	(Tanggal:
3. Arsyad L., S.Si., M.Si. Pembimbing Utama	(Tanggal:

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS PALOPO

Lampiran 11: Bebas mata kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
Jalan Bitti Kola Palopo 91914 Telepon (0471) 22076
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B060/in.19/FEBI.04/KS.02/MBS/07/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Mineliani Putri Daming
NIM : 17 0403 0056
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2019/2020 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 Juli 2021
Ketua Prodi
Manajemen Bisnis Syariah



Muzayyanah Jabani, S.T., M.M

IAIN PALOPO

Lampiran 12: Surat Keterangan Membaca dan Menulis Al-Qur'an



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Agatis Balandi Telp. 0471-22076.
Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen pengujian dan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kurang/baik/lancar **coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa*

Nama : Mineliani Putri Daming
NIM : 17 0403 0056
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui :
Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, ST., MM

Palopo,
Dosen Pengujian

2021

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek

IAIN PALOPO

Lampiran 13: Sertifikat PBAK



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
PANITIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN
Jln. Agatis Kelurahan Balandar Kota Palopo, Telp. 0471-22075 Fax. 0471-325195

Sertifikat

Nomor: 1140 /SC/PBAK/IAIN/PLP/08/2017

Diberikan Kepada:



Minelani Putri Daming

Sebagai **Peserta** pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Institut Agama Islam Negeri Palopo tahun akademik 2017/2018 yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d 28 Agustus 2017 dan dinyatakan **Lulus**.

Ketua Panitia

[Signature]
Dr. Helmi Kamal, M.HI.



Lampiran 14: Transkrip Nilai



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK
DIBERIKAN KEPADA

NAMA : MINELIANI PUTRI DAMING
NIM : 17 0403 0056

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : Manajemen Bisnis syariah

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket
1	BAHASA ARAB	3.00	2	6.00	B
2	BAHASA INDONESIA	3.25	2	6.50	B+
3	BAHASA INGGRIS	4.00	2	8.00	A+
4	PENDIDIKAN KEWARGAAN	3.00	2	6.00	B
5	MBTA	3.25	2	6.50	B+
6	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	3.50	2	7.00	A-
7	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	3.75	2	7.50	A
8	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3.75	2	7.50	A
9	PENGETAHUAN KOMPUTER	3.25	2	6.50	B+
10	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	3.75	2	7.50	A
11	PENGANTAR FILSAFAT	3.25	2	6.50	B+
12	TAUHID	3.25	2	6.50	B+
13	PENGANTAR AKUNTANSI	2.75	2	5.50	B-
14	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	3.00	3	9.00	B
15	ULUMUL QURAN	2.75	2	5.50	B-
16	BAHASA INGGRIS EKONOMI	4.00	2	8.00	A+
17	PENGANTAR MANAJEMEN	2.25	2	4.50	C
18	ULUMUL HADIST	3.75	2	7.50	A
19	PENGANTAR ILMU EKONOMI	3.75	2	7.50	A
20	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	3.50	2	7.00	A-
21	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	3.00	2	6.00	B
22	APLIKASI KOMPUTER	3.75	2	7.50	A
23	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	3.50	2	7.00	A-
24	MAGANG I	3.25	2	6.50	B+
25	SHARAH AYAT DAN HADIS EKONOMI DAN BISNIS	3.00	3	9.00	B
26	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3.75	2	7.50	A
27	EKONOMI MIKRO ISLAM	3.75	2	7.50	A
28	EKONOMI MAKRO ISLAM	3.50	2	7.00	A-
29	KEWIRUSAHAAN	3.00	2	6.00	B
30	ASPEK HUKUM BISNIS	3.75	2	7.50	A
31	MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH	3.50	3	10.50	A-
32	MATEMATIKA BISNIS	3.50	3	10.50	A-
33	BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3.50	2	7.00	A-
34	PEREKONOMIAN INDONESIA	3.00	2	6.00	B
35	MAGANG II	3.50	2	7.00	A-
36	MANAJEMEN SUMBER DAYA INSANI	3.50	3	10.50	A-
37	AKUNTANSI BIAYA	3.25	3	9.75	B+
38	BISNIS INTERNASIONAL	3.50	3	10.50	A-
39	STUDI KELAYAKAN BISNIS	3.00	3	9.00	B
40	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	3.50	3	10.50	A-
41	FIQH MUAMALAT	3.25	3	9.75	B+
42	KOMUNIKASI PEMASARAN	4.00	2	8.00	A+
43	AKUNTANSI MANAGERIAL	3.75	3	11.25	A
44	MANAJEMEN STRATEGIK	3.50	3	10.50	A-
45	MANAJEMEN ZISWAF	3.75	2	7.50	A

46	STATISTIK BISNIS	3.25	3	9.75	B+
47	PENGANGGARAN PERUSAHAAN	3.50	3	10.50	A-
48	ETIKA DAN HUKUM BISNIS ISLAM	3.50	3	10.50	A-
49	PERPAJAKAN	3.75	2	7.50	A
50	EKONOMETRIKA	3.50	3	10.50	A-
51	PROFESI PASAR MODAL	4.00	2	8.00	A+
52	EKONOMI KREATIF	4.00	2	8.00	A+
53	MANAJEMEN MUTU	3.75	3	11.25	A
54	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	3.50	3	10.50	A-
55	MANAJEMEN OPERASIONAL	3.75	3	11.25	A
56	KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	3.25	3	9.75	B+
57	METODE PENELITIAN BISNIS	3.50	3	10.50	A-
58	KULIAH KERJA NYATA	4.00	4	16.00	A+
59	KOMPREHENSIF	3.50	2	7.00	A-
			141	487.25	

Indeks Prestasi Kumulatif : 3.46

Jumlah Kredit : 141

Palopo, 26 Januari 2022

Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jubani, S.T., M.M.



IAIN PALOPO

Lampiran 15: Sertifikat Toefl



Lampiran 16: Kuitansi Pembayaran UKT

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Bitti, Kel. Balandai, Kec. Bara, Kota Palopo 91914
Email: febi@iainpalopo.ac.id

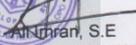
SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : MINELIANI PUTRI DAMING
NIM. : 17.0402.0056
Semester/Prodi : IX / MBE
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

mahasiswa yang bersangkutan dinyatakan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I (satu) s/d semester IX (sembilan)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 23 NOVEMBER 2021
Kepala Sub Bagian Administrasi Umum dan Keuangan

Alimran, S.E
NIP. 198402172011011011


IAIN PALOPO

Lampiran 17: Hasil cek plagiasi

Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo-Mineliani Putri Daming.pdf

ORIGINALITY REPORT

22% SIMILARITY INDEX	19% INTERNET SOURCES	5% PUBLICATIONS	16% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Iain Palopo Student Paper	4%
2	eprints.unm.ac.id Internet Source	4%
3	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	2%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
6	apuspitarini.blogspot.com Internet Source	1%
7	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
8	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%

RIWAYAT HIDUP



Mineliani Putri Daming, lahir di Bua pada tanggal 11 September 1999. Penulis merupakan anak terakhir dari sembilan bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama M. Daming dan ibu Nurmala. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Pabbaresseng Kec. Bua, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 65 Bua. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Palopo hingga tahun 2014. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Palopo. Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi Manajemen Bisnis Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

IAIN PALOPO