

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harapan konsumen terhadap persepsi kualitas pelayanan jasa. Hasil uji hipotesis menunjukkan $R = 0,748$ mendekati 1 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sumbangan harapan konsumen terhadap persepsi kualitas pelayanan jasa berdasarkan uji hipotesis adalah 61,5% dengan arah hubungan positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima, di mana ada pengaruh antara harapan konsumen terhadap persepsi kualitas pelayanan jasa. Semakin tinggi harapan konsumen terhadap suatu pelayanan maka semakin tinggi pula persepsi kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harapan konsumen terhadap persepsi kualitas pelayanan jasa pengiriman paket barang ke dalam negeri secara kilat dan biasa. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai $r = 0,774$ mendekati 1, di mana nilai positif menunjukkan hubungan yang searah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini diterima, di mana ada pengaruh antara harapan konsumen terhadap persepsi kualitas pelayanan jasa pengiriman paket barang ke dalam negeri secara kilat dan biasa. Semakin tinggi harapan konsumen terhadap suatu pelayanan maka semakin tinggi pula persepsi kualitas pelayanan jasa pengiriman paket barang ke dalam negeri secara kilat dan biasa.

3. Ada perbedaan antara persepsi kualitas pelayanan jasa pengiriman paket ke dalam negeri secara kilat dan biasa, dengan rata-rata pengiriman paket kilat = 192,42 lebih tinggi dari rata-rata paket biasa = 184,85 dengan nilai signifikansi $0,701 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara persepsi kualitas pelayanan jasa pengiriman paket kilat dan pengiriman paket biasa, tetapi perbedaan tersebut tidak berarti.

B. Saran

1. Bagi Kantor Pos Besar Madiun hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan strategi pemasaran, serta memberikan pelayanan yang lebih maksimal kepada konsumen khususnya di bidang pengiriman paket barang ke dalam negeri sehingga dapat menghasilkan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan dan konsumen akan kembali lagi menggunakan pelayanan jasa yang ada. Untuk lebih spesifik, Kantor Pos Besar Madiun diharapkan meningkatkan pelayanan pada pengiriman paket ke dalam negeri secara kilat agar sesuai dengan spesifikasinya di mana lebih cepat sampai daripada pengiriman paket secara biasa, dan tidak mengalami keterlambatan. Meskipun pengiriman paket barang ke dalam negeri secara kilat sering mengalami keterlambatan dan konsumen juga menggunakan jasa dari ekspedisi lain, konsumen masih tetap mau menggunakan jasa pelayanan di Kantor Pos Besar Madiun terutama untuk pengiriman ke jarak jauh seperti luar pulau karena biaya pengiriman lebih murah dari ekspedisi lain.

2. Bagi konsumen hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan memilih pelayanan jasa yang akan digunakan, khususnya jasa pengiriman paket barang ke dalam negeri. Konsumen juga dapat memberikan kritik maupun saran dari pelayanan jasa yang telah diterima pada kotak saran yang tersedia atau pada *customer service* Kantor Pos Besar Madiun.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan aspek atau dimensi lain untuk mengungkap harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa. Selain itu juga diharapkan untuk menambah keberagaman karakteristik subjek seperti usia dan tempat tinggal (Kota atau Kabupaten), dan mengukur atau menggali lebih lanjut kenapa konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan masih menggunakan jasa Kantor Pos Besar Madiun dan tidak pindah menggunakan jasa dari ekspedisi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustyn, R.R. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo). *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Semarang: Fakultas Psikologi UNDIP. eprints.undip.ac.id/38751/1/AGUSTYN.pdf. Diakses pada tanggal 20 September 2013.
- Antara News. (2012). Sejarah PT Pos Indonesia (Persero) “Kantor Pos andalkan jasa pengiriman uang”. 26 September 2012. <http://www.posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos>. Diakses pada tanggal 24 September 2013.
- Arini, Ruby. (2013). Kualitas Penanganan Keluhan PT Pos Indonesia Kantor Cabang Jember. Jember. rubyarini.blogspot.co.id/2013/05/kualitas-penanganan-keluhan-pt-pos_24.html. Diakses pada tanggal 24 September 2013.
- Arthur, S.R., & Emily, S.R. (2010). *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Astuti, Herni J. (2007). Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Jurnal (tidak diterbitkan)*. jurnal.ump.ac.id/index.php/EKONOMI/article/.../244. Diakses pada tanggal 20 September 2013.
- Azwar, Saifuddin. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Chaplin, J.P. (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dedy. (2012). Kualitas Pelayanan. 9 Juni 2012. dodylondong.blogspot.co.id/2012/11/kualitas-pelayanan. Diakses pada tanggal 9 November 2013.
- Desmita, & Suryantini, H. (2005). Karakteristik Individual dan Persepsi Peneliti Terhadap Sumber Daya Perpustakaan dan Hubungannya dengan Pemanfaatan Koleksi. *Jurnal (diterbitkan)*. Vol.14 No.1. Perpustakaan Pertanian. digilib.litbang.pertanian.go.id/2/katalog/majalah/J/jurnal-perpustakaan-pertanian.go.id. Diakses pada tanggal 6 Desember 2013.

- Domenge, R., & Arciniega, L.M. (2015). Development Of A Short Questionnaire for Measuring Service Quality Perceptions. *Jurnal (online)*. Research Paper. Published Online: Indian Institut of Management Calcutta. 42(1): 11-17 DOI 10.1007/s40622-015-0072-6. Diakses pada tanggal 19 November 2015.
- Ghony, D., & Almanshur, F. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. UIN: Malang Press.
- Haeril, Muhammad. (2011). Kualitas Pelayanan PLN Ranting Rappang Kec. Pancarijang Kab. Sidrap. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Makassar: Universitas Hasanuddin. core.acu.uk/download/pdf/25484760.pdf. Diakses pada tanggal 3 Desember 2013.
- Handy, Leonardo. (2010). Perilaku Konsumen. *16 Desember 2010*. handy-perilakukonsumen.blogspot.co.id/2010-12-01_archive.html. Diakses pda tanggal 12 Februari 2014.
- Hilmi. (2011). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan RS Umum Daerah Cut Meutia Lhokseumawe. *Jurnal (diterbitkan)*. Vol.6 No.1 September 2011:42-45. Lhokseumawe: Majalah Ilmiah Bissotek. jurnal.pnl.ac.id/wpcontent/plugins/.../13710233001.jurnal.hilmi.vetak.pdf. Diakses pada tanggal 12 Februari 2014.
- Kompas. (2001). PT Posindo: Antara HAM, Monopoli, dan Bisnis. <http://www.officepromosi.com/filateli/news/pos.htm>. Diakses pada tanggal 20 September 2013.
- Makhrus. (2010). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hipermarket Carrefour Lebak Bulus). *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspae/handle/123456789/3306>. Diakses pada tanggal 12 Februari 2014.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moeliono, A.M. (1988). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pamangsah. (2008). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk dengan Minat Membeli. *Jurnal (tidak diterbitkan)*. <http://pamangsah.blogspot.com/2008/11/hubungan-antara-persepsi-terhadap.html>. Diakses pada tanggal 15 Februari 2014.
- Pratiwi, D.I. (2010). Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Semarang: UNDIP. eprints.undip.ac.id/23014. Diakses pada tanggal 12 Februari 2014.

- Priyatno, Duwi. (2011). Analisis Korelasi Parsial. <http://duwiconsultant.blogspot.co.id/2011/11/analisis-korelasi-parsial.html>. Diakses pada tanggal 2 Desember 2015.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Riyanti, Vania. (2012). Persepsi Konsumen. 4 Mei 2012. vaniariyanti.blogspot.co.id/2012/05/persepsi-konsumen-pengertian-persepsi.html. Diakses pada tanggal 24 September 2013.
- Santoso, Haryo. (2006). Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda Servqual-six Sigma atau Servqual-QFD. *Jurnal (tidak diterbitkan)*. download.portalgaruda.org/article.php?article=21602&val=1263. Diakses pada tanggal 26 Maret 2014.
- Setiadi, M.J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Timur: Pernada Media.
- Solso, R.L., dkk. (2008). *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.
- Sopari, A.R. (2015). Faktor Pembentuk Harapan Pelanggan. 2 Januari 2015. Kediri. <http://www.linkkediri.com/pulse/faktor-pembentuk-harapan-pelanggan-agus-ridwan-sopari>. Diakses pada tanggal 22 Agustus 2015.
- Sternberg, R.J. (2008). *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiarta, Komang. (2012). Pendekatan Perilaku Konsumen. 9 April 2012. <https://sugiarta26.wordpress.com/2012/04/09/pendekatan-perilaku-konsumen/>. Diakses pada tanggal 22 Agustus 2015.
- Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Suherlan, H., & Budhiono, Y. (2013). *Psikologi Pelayanan*. Bandung: Media Perubahan.
- Sunaryo. (2002). Psikologi Untuk Keperawatan. Jakarta: EGC. <http://www.pengertianahli.com/2002/11/pengertian-persepsi-menurut-para-ahli.html>. Diakses pada tanggal 18 November 2014.
- Teja, Agung. (2009). Harapan Pelanggan. 3 Juni 2009. <http://agungteja.wordpress.com/2009/06/03/harapan-pelanggan/>. Diakses pada tanggal 18 November 2014.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2007). *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Vries, P.W., & Rompay, T.J.L. (2012). Embodied Product Perception: Effects of Verticality Cues in Advertising and Packaging Design on Consumer Impressions and Price Expectations. *Psychology and Marketing*. Vol.29 (12):919-928. Wiley Periodicals, Inc. DOI: 10.1002/mar.20574. Article online at wileyonlinelibrary.com/journal/mar. Diakses pada tanggal 19 November 2015.
- Wardhani, D. H., & Handoyo, S. (2013). Perbedaan Penilaian Tingkat Kepentingan Dimensi Kualitas Layanan Ditinjau dari Persepsi Resiko (Perceived Risk) dan Loyalitas Pelanggan Online Shop di Facebook. *Jurnal (tidak diterbitkan)*. Surabaya: UNAIR. http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810213_RINGKASAN.pdf. Diakses pada tanggal 28 Maret 2014.
- Wasitiningrum, H., dkk. (2010). Perbedaan Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Istri Polri dengan Istri Non Polri di Klinik Kecantikan RS Bhayangkara. *Jurnal (tidak diterbitkan)*. Semarang: UNDIP. core.ac.uk/download/pdf/11711371.pdf. Diakses pada tanggal 28 Maret 2014.
- Winarsunu, Tulus. (2009). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Wantosakti. (2013). Persepsi Konsumen. 3 November 2013. <https://wantosakti.wordpress.com/2013/11/03/persepsi-konsumen/>. Diakses pada tanggal 24 September 2014.