

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dari pembahasan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh hasil perhitungan sebesar 79,55%. Hal ini berarti secara umum pengunjung kantor pos merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Dari analisis kuadran diperoleh bahwa variabel-variabel yang mewakili kualitas jasa terletak pada kuadran yang berbeda-beda, yaitu :
 - Terdapat tujuh variabel yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki terletak pada kuadran I, yaitu kantor pos mempunyai ruangan yang bersih dan rapi (A3), kantor pos memberikan fasilitas pendukung seperti tempat fotocopy, toilet, mushalla, dll (A5), petugas tepat waktu dan disiplin dalam bekerja (B2), petugas melakukan pengiriman paket cepat dan tepat waktu (B3), petugas memberikan kelancaran kepada pengunjung dalam prosedur Pelayanan (C3), petugas ramah kepada pengunjung (E3), petugas sabar dalam menghadapi pengunjung (E4).
 - Terdapat lima variabel yang dianggap penting dan memuaskan, sehingga harus dipertahankan untuk kantor pos yang terletak pada kuadran II, yaitu kantor pos menyediakan papan informasi kepada pengunjung terkait dengan pembayaran, pengiriman surat/paket, dan

lainnya (A6), petugas jujur dan dipercaya dalam pelayanan (B1), petugas membantu pengunjung untuk memperoleh informasi yang jelas (B4), petugas memberikan pelayanan yang sopan (D1), petugas memberikan informasi kepada pengunjung dengan bahasa yang mudah dimengerti (E5).

1. Dari analisis kesenjangan (*gap*) selisih antara tingkat kinerja pengunjung dengan kepentingan kantor pos semuanya bernilai negatif. Hal ini berarti kinerja kantor pos yang memiliki 25 variabel, dimana mewakili lima dimensi kualitas jasa, semuanya masih berada di bawah harapan pengunjung. Berdasarkan variabel skor kesenjangan yang paling besar adalah variabel (B2), yaitu petugas tepat waktu dan disiplin dalam bekerja. Hal ini dapat dikatakan variabel tersebut semakin diprioritaskan untuk diperbaiki.
2. Pada data rata-rata karakteristik dimensi kinerja terdapat 22 pengamatan yang berada di atas Batas Kendali Atas (BKA). Pada data rata-rata karakteristik dimensi kepentingan, sama dengan sebelumnya terdapat 13 pengamatan yang berada di atas Batas Kendali Atas (BKA), sehingga dapat dikatakan bahwa proses kedua data belum terkendali secara statistik. Dalam hal ini belum dapat dipastikan penyebab pengamatan yang tidak terkendali tersebut. Namun, dalam analisa menggunakan metode *Crosstab* dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh adalah variabel x_3 (dimensi *responvesiness*) terhadap alasan menggunakan kantor pos.

5.2 Saran

1. Walaupun secara keseluruhan kantor pos Padang telah berhasil memuaskan pengunjungnya sebesar 79,55 % dan termasuk ke dalam kriteria puas, pihak pengelola kantor pos harus terus berusaha meningkatkan kinerjanya agar kepuasan pengunjungnya meningkat dan dapat mendekati 100%.
2. Penelitian hanya terbatas pada 25 variabel yang dianggap mewakili lima dimensi kualitas jasa, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lagi dengan menambahkan variabel-variabel lain yang juga bisa mewakili dimensi-dimensi tersebut.
3. Dalam mengidentifikasi penyebab pengamatan yang tidak terkendali pada bagan kendali $T^2 Hotelling$, diharapkan pada penelitian selanjutnya terutama untuk kasus penelitian kualitas pelayanan jasa, peneliti dapat mencari tahu penyebabnya dengan pasti atau menggunakan suatu metode agar peneliti dapat mengetahui penyebab dari pengamatan yang tidak terkendali tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Erna. 2014. *Bagan Kendali T^2 Hotelling dengan Sampel Ganda dan Aplikasinya*. Skripsi Matematika Fakultas MIPA, Universitas Hasanuddin. Makassar.
- [2] Johnson, R. A. dan Wichern, D. W. 1988. *Applied Multivariate Statistical Analysis*, Second Edition. Prentice-Hall Internasional, New Jersey.
- [3] Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prehallindo, Jakarta.
- [4] Lovelock, CH. dan LK. Wright. 2005. *Manajemen pemasaran jasa* (Terjemahan). PT Indeks, Jakarta.
- [5] Marimin. 2005. *Teknik dan Aplikasi : Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. PT. Grasindo, Jakarta.
- [6] Montgomerry, D. C. 1996. *Pengantar Pengendalian Kualitas Statistik*. Gajah Mada University Press: Bandung
- [7] Montgomerry, D. C. 2009. *Introduction to Statistical Quality Control*, Sixth Edition. John Wiley and Son, Inc : New York.
- [8] Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- [9] Nugraha, R, Harsono, A, Adianto H. 2014. *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Kerawang)*. Jurnal Teknik Industri Fakultas Teknik, Institut Teknologi Nasional. Bandung.
- [10] Oktaviani, R. W dan Suryana, R. N. 2006. *Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor)*. Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- [11] Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- [12] Rakhmat. 2013. *Statistika Penelitian*. Pustaka Setia, Bandung.
- [13] Singarimbun, M. dan Effendi, S. 1989. *Metode Penenlitian Survey*. LP3ES, Jakarta.
- [14] Siregar, Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- [15] Sudarno, Rusgiyono, A, Hoyyi, A, Listifadah. 2011. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengendalian Kualitas Jasa Berdasarkan Persepsi Pengunjung (Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Dipenogoro)*. Jurnal Statistika Fakultas MIPA, Universitas Dipenogoro. Semarang.
- [16] Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- [17] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- [18] Suharsimi, A. (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- [19] Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- [20] Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran, edisi ketiga*. Andi Offset, Yogyakarta.
- [21] Walpole, E, R. 1988. *Pengantar Statistika, edisi ketiga*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.