

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS), www.bps.go.id (Diakses tanggal 2 April 2018)
- Cheng, Boon-Liat dan Rashid, Md. Zabid Abdul. “*Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry*”, *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol. 15, No. 2, 2013.
- Dahlan, Puteri Windarwati M., Johny R.E Tampi, Tinneke M. Tumbel. “*Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Kc Dotulolong Lasut Manado*”, Universitas Sam Ratulangi, 2017.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Dharmawansyah, Inggil, “*Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*”, Fakultas ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2013.
- Gaffar, Vanessa. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Hindarto, Peter Daud, “*Hubungan Relationship Marketing Dengan Loyalitas Pelanggan Ritel*”, *Jurnal JIBEKA* Volume 7, No 3. Universitas Ma Chung, Malang, 2013.
- Indah, Shelfy. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penyewa Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penyewa (Studi Kasus: PT. Grand Indonesia)*”, *Jurnal MIX*, Volume IV, No. 1. Universitas Mercu Buana. 2014.
- Majalah SWA Edisi: 03| 8-21 Februari 2018. Jakarta: PT Swasembada Media Bisnis.
- Nababan, Bella Novita Sari. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Pembalut Wanita (Studi Kasus Pada Pengguna Brand Laurier Di Kalangan Wanita Usia Subur Di Bandar Lampung)*”, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017.

- Padmanty, Sri dan Angga Wahyu. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Kasus Pt. Indosat, Tbk)*”, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, 2016.
- PT. Pos Indonesia, www.posindonesia.co.id (Diakses tanggal 1 April 2018)
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suhartanto, Dwi. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama, PT. Buku Seru, Yogyakarta, 2012.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra, *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi 3, Yogyakarta, Andi, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi, 2012.
- Top Brand Award, www.topbrand-award.com (Diakses tanggal 2 April 2018)
- Umar, Hussein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Wulandari, Kartika. “*Analisis Persepsi Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.11, No.1, Universitas Katolik Parahyangan, 2015.
- Yusuf, Ahmad Maulana. “*Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warung Nasi Sederhana Rai Raka Cabang Cibatu Garut*”, Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama, 2013.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Saya Ratu Sulistyو Putri mahasiswi program Diploma Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket di Jakarta Pusat)”** dalam rangka penyusunan Karya Ilmiah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya.

Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner dengan benar sesuai dengan pengalaman Anda. Data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner tersebut, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Usia

- <20 tahun
- 20-30 Tahun
- 31-40 Tahun
- >40 Tahun

2. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

3. Pekerjaan

- Pegawai Negeri/TNI/Polri
- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya, sebutkan.....

Petunjuk pengisian:

Berikanlah tanda ceklis (✓) pada salah satu kolom yang menurut Anda tepat.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Sudah berapa kali Anda menggunakan jasa pengiriman paket di Kantor Pos?

- a. >5 kali b. 5 kali c. 4 kali d. 3 kali e. < 3 kali

Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
a. Attributes related to the product						
1	Saya merasa puas dengan pengiriman paket di Kantor Pos karena sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
2	Saya merasa puas karena karyawan Kantor Pos menginput data (nama, alamat, dll) dengan benar					
3	Saya merasa puas karena Kantor Pos memiliki beragam jenis layanan sesuai kebutuhan saya					
4	Saya merasa puas karena harga pengiriman paket di Kantor Pos sesuai dengan manfaat yang saya peroleh					
b. Attributes related to service						
5	Saya merasa puas dengan jaminan kehilangan/kerusakan kiriman yang diberikan oleh Kantor Pos					
6	Saya merasa puas dengan karyawan Kantor Pos yang cepat tanggap dalam menanggapi keluhan					
7	Saya merasa puas dengan tanggung jawab karyawan Kantor Pos jika terjadi masalah dalam pengiriman paket					
c. Attributes related to purchase						
8	Saya merasa puas dengan sikap sopan karyawan Kantor Pos dalam melayani pelanggan					
9	Saya menggunakan jasa pengiriman paket di Kantor Pos karena mempunyai reputasi yang baik					

10	Saya merasa puas dengan jaringan Kantor Pos yang luas dan mudah dijangkau					
----	---	--	--	--	--	--

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
a. Melakukan pembelian secara teratur						
11	Saya menggunakan jasa pengiriman paket kantor Pos lebih dari dua kali					
12	Jika saya membutuhkan layanan pengiriman paket saya akan menggunakan Kantor Pos kembali					
b. Membeli antarlini produk dan jasa						
13	Saya pernah menggunakan aneka jenis produk kiriman Kantor Pos sesuai waktu dan kebutuhan yang saya inginkan					
14	Saya pernah menggunakan berbagai jenis produk dan layanan di Kantor Pos (Jasa keuangan, pembelian materai, dll)					
c. Mereferensikan kepada orang lain						
15	Saya sering merekomendasikan orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman paket di Kantor Pos					
16	Saya sering menceritakan kemudahan dan keunggulan pengiriman paket di Kantor Pos					
d. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing						
17	Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke perusahaan lain yang sejenis					
18	Meskipun perusahaan lain memberikan penawaran yang lebih menarik, saya tetap memilih menggunakan jasa pengiriman paket kantor Pos					

Lampiran 2

Tabel Hasil Uji Validitas

		Correlations										
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	TOT.KP
KP1	Pearson Correlation	1	.745**	.438*	.591**	.639**	.672**	.521**	.466**	.502**	0.300	.598**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.015	0.001	0.000	0.000	0.003	0.009	0.005	0.107	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.745**	1	.614**	.522**	.448*	.693**	0.234	.405*	.459*	.363*	.428*
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.003	0.013	0.000	0.214	0.026	0.011	0.048	0.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.438*	.614**	1	.657**	0.214	.589**	0.213	.521**	.448*	.451*	.489**
	Sig. (2-tailed)	0.015	0.000		0.000	0.257	0.001	0.259	0.003	0.013	0.012	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.591**	.522**	.657**	1	.369*	.454*	0.335	.469**	.422*	0.280	.558**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.003	0.000		0.045	0.012	0.070	0.009	0.020	0.133	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.639**	.448*	0.214	.369*	1	.710**	.913**	.658**	.496**	.401*	.680**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.013	0.257	0.045		0.000	0.000	0.000	0.005	0.028	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.672**	.693**	.589**	.454*	.710**	1	.670**	.751**	.613**	.672**	.658**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.001	0.012	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.521**	0.234	0.213	0.335	.913**	.670**	1	.595**	.417*	.420*	.646**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.214	0.259	0.070	0.000	0.000		0.001	0.022	0.021	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	.466**	.405*	.521**	.469**	.658**	.751**	.595**	1	.607**	.636**	.697**
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.026	0.003	0.009	0.000	0.000	0.001		0.000	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP9	Pearson Correlation	.502**	.459*	.448*	.422*	.496**	.613**	.417*	.607**	1	.726**	.509**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.011	0.013	0.020	0.005	0.000	0.022	0.000		0.000	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP10	Pearson Correlation	0.300	.363*	.451*	0.280	.401*	.672**	.420*	.636**	.726**	1	.499**
	Sig. (2-tailed)	0.107	0.048	0.012	0.133	0.028	0.000	0.021	0.000	0.000		0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT.KP	Pearson Correlation	.598**	.428*	.489**	.558**	.680**	.658**	.646**	.697**	.509**	.499**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.018	0.006	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.004	0.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations										
		LP01	LP02	LP03	LP04	LP05	LP06	LP07	LP08	TOT.LP
LP01	Pearson Correlation	1	.516**	.781**	0.299	.364*	.435*	.484**	.364*	.383*
	Sig. (2-tailed)		0.003	0.000	0.109	0.048	0.016	0.007	0.048	0.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP02	Pearson Correlation	.516**	1	.490**	.536**	.590**	.433*	.781**	.758**	.617**
	Sig. (2-tailed)	0.003		0.006	0.002	0.001	0.017	0.000	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP03	Pearson Correlation	.781**	.490**	1	.493**	.436*	.466**	.440*	.558**	.479**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.006		0.006	0.016	0.009	0.015	0.001	0.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP04	Pearson Correlation	0.299	.536**	.493**	1	.468**	.503**	.485**	.672**	.608**
	Sig. (2-tailed)	0.109	0.002	0.006		0.009	0.005	0.007	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP05	Pearson Correlation	.364*	.590**	.436*	.468**	1	.431*	.583**	.700**	.629**
	Sig. (2-tailed)	0.048	0.001	0.016	0.009		0.017	0.001	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP06	Pearson Correlation	.435*	.433*	.466**	.503**	.431*	1	0.276	.389*	.489**
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.017	0.009	0.005	0.017		0.140	0.034	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP07	Pearson Correlation	.484**	.781**	.440*	.485**	.583**	0.276	1	.745**	.634**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.000	0.015	0.007	0.001	0.140		0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LP08	Pearson Correlation	.364*	.758**	.558**	.672**	.700**	.389*	.745**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	0.048	0.000	0.001	0.000	0.000	0.034	0.000		0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT.LP	Pearson Correlation	.383*	.617**	.479**	.608**	.629**	.489**	.634**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	0.037	0.000	0.007	0.000	0.000	0.006	0.000	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).