BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan dan menganalisa data hasil penelitian yang dilakukan tentang Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket Dan Surat. Data yang terkumpul diperoleh dari penyebaran angket kepada para pelanggan pengguna *Pos Express.*

Seluruh angket yang disebarkan dan diisi oleh responden dilapangan, peneliti langsung memberikan Angket Kepada Pelanggan *Pos Express* yang mengunjungi bagian *Customer Service*, selain itu untuk 4 Angket kuisioner peneliti menggunakan penyebaran angket melalui Via telepon dan mengguna Via email dengan Responden pelanggan tetap yang Menggunakan Produk *Pos Express* setiap bulanya dengan cara membacakan pertanyaan angket kepada responden. Untuk penelitian dilapangan peneliti dibantu oleh *Enumerator* 3 orang yaitu Chintya, Citra dan lexsa dengan waktu 6 hari berikut ditabel 4.1 rincian jadwal penyebaran angket dilapangan serta melalui via telepon dan via email diantaranya sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jadwal Penyebaran Angket di Lapangan

No	Hari / Tanggal	Waktu	Jumlah Responden
1	Senin/ 17 Juni 2013	11.00 sd 03.00 WIB	17 Responden
2	Selasa/ 18 Juni 2013	10.00 sd 03.00 WIB	15 Responden
3	Rabu/ 19 Juni 2013	11.00 sd 02.00 WIB	10 Responden
4	Kamis//20 Juni 2013	10.00 sd 03.00 WIB	11 Responden
5	Jun'at/ 21 Juni 2013	13.00 sd 03.00 WIB	7 Responden
6	Sabtu / 22 Juni 2013	09.00 sd 12.00 WIB	10 Responden

Sumber : Peneliti, Juni 2013

Tabel 4.2

Jadwal Penyebaran Angket Via Telepon dan Via Email

No	Hari/Tanggal	Waktu	Jumlah Responden	Instansi / Perorangan
1	Jum'at / 21 Juni 2013	10.00 sd 11.00 WIB	1	Bank Bjb Div Umum (Barang)
2	Jum'at / 21 Juni 2013	17.00 sd 18.00 WIB	1	Universitas Maranatha
3	Sabtu/ 22 Juni 2013	13.00 sd 14.00 WIB	1	TelKom
4	Sabtu / 22 Juni 2013	15.00 sd 16.00 WIB	1	Jamsostek Bandung

Sumber : Peneliti, Juni 2013

Yang secara keseluruhan angket terdiri dari 25 Pertanyaan dengan masing-masing 6 buah indentitas responden pertanyaan dan 19 pertanyaan untuk menjawab masalah penelitian yang sesuai dengan variabel dan indikator dari variabel X dan variabel Y, Angket di sebarkan kepada 74 Orang responden sebagai sampel.

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisa data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan sebagai responden. Data tersebut merupakan pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil *survey* dilapangan, wawancara bersama narasumber terkait yaitu bapak kuslana selaku manager *pos express* dan bapak hikmat selaku wakil manager *customer service* dan beberapa sumber pustaka untuk meperkuat dan memper dalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam. Yaitu data responden dan data penelitian. Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang *relevan* dengan permasalahan yang diindentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan atau pertanyaan variabel penelitian, yaitu variabel Efektivitas Komunikasi Antrapersona (Variabel X) dan Kepuasaan (Variabel Y).

Hasil penelitian yang akan dijelaskan adalah mengenai Sejauhmana Efektivitas Komunikasi Antarpersona Terhadap Kepuasaan Mereka Pada Pengiriman Paket Dan Surat. Agar pembahasan ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membaginya ke dalam :

1. Uji Validitas *Rank Spearman* Dan Reabilitas *Alpha Cronbach*
2. Analisis Deskripsi Identitas Responden.
3. Analisis Deskriptif hasil Penelitian .
4. Analisis perhitungan Statistik dengan Korelasi Rank Spearman uji hipotesis (analisis hubungan variabel X dan Variabel Y). .
5. Pembahasan Hasil Penelitian.

4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pertanyaan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor seluruh item pertanyaan. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pertanyaan dalam penelitian ini adalah korelasi *Rank Spearman.* Apabila nilai koefisien korelasi butir item pertanyaan yang sedang diuji lebih besar dari r-kritis 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Dalam seluruh angket sebelumnya telah melalui uji validitas dengan bentuk *pre test* kuesioner dan seluruh pertanyaan angket dinyatakan sah (Valid), di uji dengan menggukan *Sofware Statistical Program For Social Science* (SPSS *Version* 20). Adapun hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona (X)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Item Pernyataan 1	0,511	0,300	Valid
Item Pernyataan 2	0,513	0,300	Valid
Item Pernyataan 3	0,680	0,300	Valid
Item Pernyataan 4	0,627	0,300	Valid
Item Pernyataan 5	0,659	0,300	Valid
Item Pernyataan 6	0,699	0,300	Valid
Item Pernyataan 7	0,656	0,300	Valid
Item Pernyataan 8	0,733	0,300	Valid
Item Pernyataan 9	0,763	0,300	Valid
Item Pernyataan 10	0,757	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengelolahan Data Penelitian, Juni 2013

Tabel 4.4

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
Item Pernyataan 11	0,791	0,300	Valid
Item Pernyataan 12	0,588	0,300	Valid
Item Pernyataan 13	0,707	0,300	Valid
Item Pernyataan 14	0,570	0,300	Valid
Item Pernyataan 15	0,631	0,300	Valid
Item Pernyataan 16	0,648	0,300	Valid
Item Pernyataan 17	0,302	0,300	Valid
Item Pernyataan 18	0,648	0,300	Valid
Item Pernyataan 19	0,704	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengelolahan Data Peneliti, Juni 2013

Pada kedua tabel diatas terlihat bahwa seluruh butir item pernyataan yang memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari 0,300, sehingga pernyataan tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori *valid* . Pengujian reabilitas dilakukan dengan cara menguji instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Alpha Crobach's*. Kuesioner dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitasnya bernilai positif dan lebih besar dai pada 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas berdasarkan pada rumus *alpha Crobach's* diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Komunikasi Antar Personal (X)	0,895	0,600	Reliabel
Kepuasaan (Y)	0,822	0,600	Reliabel

Sumber : Hasil Pengelolahan Data Peneliti, Juni 2013

Nilai reliabilitas butir pertanyaan pada kuisioner masing-masing seluruh variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa instrument penelitian memiliki reliabilitas yang baik dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

4.2 Analisis Deskripsi Identitas Responden

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui "Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Pengiriman Paket dan Surat" melalui penyebaran kuisioner kepada 74 Responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui tabel tunggal. Data responden pada penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari peneliti. Analisis deskriptif responden ini terdiri atas 5 tabel tunggal yang biasanya terdiri usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan menggunakan layanan yang tentunya berkaitan dengan kepentingan dari penelitian itu sendiri. Berikut ini adalah deskripsi identitas responden mengenai hasil penelitian dilakukan.

4.1.1 Usia Responden

Tabel 4.6

Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	13-18 tahun	5	6,76
2	19-24 tahun	22	29,73
3	25-30 tahun	13	17,57
4	31-35 tahun	12	16,22
5	36 tahun keatas	22	29,73
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* lapanagan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.6 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan "Usia". Mayoritas sebanyak 22 orang atau 29,73% adalah responden yang berusia

“19 sampai 24 tahun dan 36 tahun keatas”, dan minoritas adalah responden yang berusia “13 sampai 18 tahun”, yaitu sebanyak 5 orang atau 6,76%.

Dari data tersebut, usia responden didominasi pada interval usia antara 19-24 tahun dan 36 ke atas, lebih disebabkan karena pelanggan dengan interval usia tersebut merupakan usia yang mayoritas pelanggan banyak membutuhkan dan melakukan transaski melalui jasa pos.

4.1.2 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.7

Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kemain	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Pria	37	50,00
2	Wanita	37	50,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.7 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “Jenis Kelamin”. Pada penelitian yang dilakukan jumlah responden pria dan wanita berada pada jumlah yang sama masing-masing yaitu 37 orang atau 50,00%. Data tersebut didapat dengan menyebarkan angket secara langsung kepada pelanggan *pos express*. Jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki dengan jenis kelamin perempuan sama rata dengan persentase 50.00%, karena ketika peneliti pada saat survey dan penyebaran angket peneliti menyebarkan kepada pelanggan *Pos Express*, yang mengunjungi bagian *customer service*, dan setelah dihitung didapatkan

hasil persentase 50,00% data jenis kelamin laki-laki dan 50,00% data jenis kelamin perempuan.

4.1.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4.8

Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	PNS	5	6,76
2	Wiraswasta	21	28,38
3	Pegawai Swasta	21	28,38
4	Polisi/TNI	2	2,70
5	Lainya	25	33,78
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.8 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan "Pekerjaan". Mayoritas sebanyak 25 orang atau 33,78% adalah responden yang bekerja sebagai "profesi lain", dan minoritas adalah responden yang bekerja sebagai "Polisi/TNI", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%. Dari data tersebut, peneliti mengalaisis bahwa responden sebagian besar bekerja dengan pekerjaan lainya, seperti wirausaha dengan persentase 33,78%. Dan frekuensi 25 dikarenakan pekerjaan wirausaha lebih banyak membutuhkan, dengan menggunakan jasa pengiriman barang atau pun surat. Oleh karena itu data diatas persentasenya lebih besar dibandingkan persentase pekerjaan lainya.

4.1.4 Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.9

Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	SLTP	12	16,22
2	SLTA	32	43,24
3	Diploma/Sarjana	24	32,43
4	Pasca Sarjana	3	4,05
5	Lain	3	4,05
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.9 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan "Pendidikan Terakhir". Mayoritas sebanyak 32 orang atau 43,24% adalah responden yang berpendidikan "SLTA", dan minoritas adalah responden yang berpendidikan "Pasca Sarjana dan lainnya", yaitu masing-maisng sebanyak 3 orang atau 4,05%. Dari data tersebut, peneliti menganalisis bahwa responden sebagian besar pendidikan terakhir diploma/sarjana, dikarenakan jumlah pelanggan yang menjadi pelanggan *pos express* dengan gelar diploman/sarjana lebih banyak menggunakan produk *pos express*, untuk suatu hal mengirimkan barang dan surat ketempat tujuan dengan waktu yang singkat..

4.1.5 Seberapa banyak Responden Menggunakan Layanan Produk *Pos Express*

Tabel 4.10

Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Seberapa banyak Responden Menggunakan Layanan Produk *Pos Express*

No.	Menggunakan Layanan	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	0-5 kali	25	33,78
2	5-10 kali	15	20,27
3	10-15 kali	8	10,81
4	15-20 kali	7	9,46
5	Lebih dari 20 kali	19	25,68
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.10 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan "Seberapa banyak Responden Menggunakan Layanan *Pos Express*". Mayoritas sebanyak 25 orang atau 33,78% adalah responden yang menggunakan layanan *Pos Express* sebanyak "0" sampai 5 kali", dan minoritas adalah responden yang menggunakan layanan *Pos Express* sebanyak "15 sampai 20 kali", yaitu sebanyak 7 orang atau 9,46%.

Dari data tersebut, peneliti menganalisis bahwa responden sebagaian bersar dengan berapa lama menggunakan layanann *pos express*, yaitu lebih dari 20 kali, oleh karena pelanggan merasa puas dengan layanan produk *pos express* yang diberikan khusus untuk meningkatkan rasa nyaman, dan puas kepada pelanggan.

4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Data penelitian merupakan hasil jawaban responden dalam mengisi angket penelitian yang disebarakan. Pada Analisis penelitian, peneliti uraikan berdasarkan kepada operasionalisasi variabel penelitian untuk mejawab identifikasi masalah yang inggin diketahui oleh peneliti.

Analisis deskriptif data penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui analisis ini dapat diketahui bagaimana jawaban responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, maka dilakukan kategorisasi terhadap skor jawaban responden. Prinsip kategorisasi jumlah skor jawaban responden diperoleh dari pendapat Sugiyono (2009).

Yaitu berdasarkan rentang skor maksimum dan skor minimum, kemudian dibagi jumlah kategori yang diinginkan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimum - Skor Minimum}}{5}$$

Keterangan :

Skor maksimum = jumlah responden x jumlah pernyataan x 5

Skor minimum = jumlah responden x jumlah pernyataan x 1

Analisis deskripif ini dilakukan dengan mengacu pada indikator-indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti.

4.3.1 Keterbukaan (X_1)

Keterbukaan teridiri atas 2 butir pertanyaan, Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden

menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Keterbukaan. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Keterbukaan sebagai berikut

Tabel 4.11

Skor Jawaban Responden Terhadap

Item-item Pertanyaan Keterbukaan (X_1)

Keterbukaan (X1)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	30	37	5	2	0	317
2	21	46	7	0	0	310
Total	**51**	**83**	**12**	**2**	**0**	**627**
	(51x5)=255	**(83x4)=332**	**(12x3)=36**	**(2x2)=4**	**(0x1)=0**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari tabel 4.11 diatas adalah jawaban responden tentang keterbukaan, Pada Keterbukaan dengan jumlah item pertanyaan 2 butir Pertanyaan dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 627, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740-148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban atas 2 butir pertanyaan mengenai Keterbukaan.

Melalui jumlah skor jawaban dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Keterbukaan, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Keterbukaan termasuk dalam kategori “baik”. Secara *detail*

jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Keterbukaan dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.12

"*Customer Service* Bereaksi Secara Jujur kepada konsumen tentang keunggulan produk *Pos Express*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	40,54%
2	Setuju	37	50,00%
3	Cukup Setuju	5	6,76%
4	Tidak Setuju	2	2,70%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.12 diatas merupakan Jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer Service* Bereaksi Secara Jujur kepada konsumen tentang keunggulan produk *Pos Express*". Mayoritas responden sebanyak 37 orang atau 50,00% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%.

Hal ini mengidentifikasikan bahwa *customer service* dalam menyampaikan informasi dengan bereaksi secara jujur telah tepat sasaran yakni kepada para pelanggan *pos express*. Akan tetapi ada 2 orang yang menyatakan tidak setuju, dikarenakan hal tersebut beberapa pelanggan tidak sering menggunakan layanann *pos express*. sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak memperhatikan penyampaikan keunggulan produk *pos express* yang disampaikan *customer service* kepada pelanggan.

Tabel 4.13

"*Customer Service* berfungsi sebagai Komunikator Yang Efektif Kepada konsumen

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	28,38%
2	Setuju	46	62,16%
3	Cukup Setuju	7	9,46%
4	Tidak Setuju	0	0,00%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Tabel 4.13 diatas merupakan persepsi responden tentang item pertanyaan "*Customer Service* berfungsi sebagai Komunikator Yang Efektif kepada konsumen". Mayoritas responden sebanyak 46 orang atau 62,16% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Cukup Setuju", yaitu sebanyak 7 orang atau 9,46%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator yang efektif kepada pelanggan sudah tepat sasaran kepada pelanggan *pos express*, akan tetapi ada 7 orang yang menjawab cukup setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak memperhatikan komunikasi yang disampaikan *customer service* kepada pelanggan.

4.3.2 Empati (X_2)

Empati terdiri dari 2 butir pertanyaan, Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Empati. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Empati sebagai berikut :

Tabel 4.14
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Variabel Empati (X_2)

Empati (X2)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	15	41	14	4	0	289
2	17	44	11	2	0	298
Total	**32**	**85**	**25**	**6**	**0**	**587**
	(32x5)=160	**(85x4)=340**	**(25x3)=75**	**(6x2)=12**	**(0x1)=0**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari tabel 4.14 diatas adalah jawaban responden tentang Empati. Pada Empati dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 587, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740-148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Empati.

Melalui jumlah skor jawaban responden dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Empati, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Empati termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Empati dapat diketahui melalui tabel dibawah ini**.**

Tabel 4.15

"*Customer Service Pos Express* sudah mampu memberikan Harapan dan keingginan konsumen"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	20,27%
2	Setuju	41	55,41%
3	Cukup Setuju	14	18,92%
4	Tidak Setuju	4	5,41%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Darai tabel 4.15 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer Service Pos Express* sudah mampu memberikan Harapan dan keingginan kepada pelanggan sebagai konsumen". Mayoritas responden sebanyak 41 orang atau 55,41% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 4 orang atau 5,41%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sudah maampu memberikan harapan dan keingginan pelanggan dengan cepat dan tanggap ketika pelanggan merasa tidak nyaman dengan produk *pos express* yang dijanjikan akan tetapi ada 4 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga

beberapa pelanggan tersebut tidak merasakan adanya tingkat pelayanan *pos express* untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Tabel 4.16

"*Customer Service Pos Express* dalam Menanggapi Keluhan konsumen tentang produk *Pos Express* dilakukan dengan pelayanan yang baik"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	22,97%
2	Setuju	44	59,46%
3	Cukup Setuju	11	14,86%
4	Tidak Setuju	2	2,70%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari tabel 4.16 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer Service Pos Express* dalam Menanggapi Keluhan konsumen tentang produk *Pos Express* dilakukan dengan pelayanan yang baik". Mayoritas responden sebanyak 44 orang atau 59,46% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai menanggapi keluhan pelanggan sudah tepat sasaran, yakni kepada pelanggan, akan tetapi ada 2 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak merasakan *customer service* menanggapi keluhan pelanggan.

4.3.3 Sikap Mendukung (X_3)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan tinggi terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Sikap Mendukung. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Sikap Mendukung sebagai berikut :

Tabel 4.17
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Sikap Mendukung (X_3)

Sikap Mendukung (X_3)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	17	37	17	3	0	290
2	12	40	19	2	1	282
Total	**29**	**77**	**36**	**5**	**1**	**572**
	(29x5)=145	**(77x4)=308**	**(36x3)=108**	**(5x2)=10**	**(1x1)=1**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada Tabel 4.17 di atas Sikap Mendukung dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 572, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740 - 148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Sikap Mendukung.

Melalui jumlah skor jawaban responden dari 2 pertanyaan yang diajukan mengenai Sikap Mendukung, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Sikap Mendukung termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pertanyaan tentang Sikap Mendukung dapat diketahui melalui tabel dibawah ini**.**

Tabel 4.18

Konsumen Sudah merasakan/melihat Komunikasi Yang Terbuka yang di lakukan *Customer Service* mengenai *Pos Express*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	22,97%
2	Setuju	37	50,00%
3	Cukup Setuju	17	22,97%
4	Tidak Setuju	3	4,05%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari tabel 4.18 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan Responden sudah merasakan/melihat Komunikasi Yang Terbuka yang di lakukan *Customer Service* mengenai *Pos Express*"kepada konsumen. Mayoritas responden sebanyak 37 orang atau 50,00% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 3 orang atau 4,05%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* memberikan komunikasi informasi secara terbuka kepada pelanggan tentang *pos express* sudah tepat sasaran. akan tetapi ada 3 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan dengan hasil survey dan penyebaran angket, penelitian kemungkinan menggunakan jasa swasta, sehingga beberapa pelanggan

tersebut tidak merasakan dan mengetahui informasi yang diberikan kepada pelanggan melalui *customer service* secara terbuka.

Tabel 4.19

"*Customer Service Pos Express* sudah dinilai Efektif untuk menanggapi keluhan"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	12	16,22
2	Setuju	40	54,05
3	Cukup Setuju	19	25,68
4	Tidak Setuju	2	2,70
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,35
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.19 diatas merupakan jawaban responden tentang item petanyaan "*Customer Service Pos Express* sudah dinilai Efektif untuk menanggapi keluhan pelanggan. Mayoritas responden sebanyak 40 orang atau 54,05% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Sangat Tidak Setuju", yaitu sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sudah nilai efektiv menyanpaikan informasi kepada pelanggan sudah tepat sasaran, akan tetapi ada 1 orang yang menjawab tidak sangat setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express* dan menggetahui dari keunggulan *pos express.* sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak merasakan komunikasi secara efektif menanggapi keluhan pelanggan

4.3.4 Sikap Positif (X_4)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Sikap Positif. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Sikap Positif Jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.20
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Sub Variabel Penerapan Sikap Positif (X_4)

Sikap Positif (X_4)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	9	42	21	2	0	280
2	12	44	16	1	1	287
Total	**21**	**86**	**37**	**3**	**1**	**567**
	(21x5)=105	**(86x4)=344**	**(37x3)=111**	**(3x2)=6**	**(1x1)=1**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.20 Sikap Positif di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 567, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740 - 148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Penerapan sikap positif .

Melalui jumlah skor jawaban responden dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Sikap Positif, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Sikap Positif termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Sikap Positif dapat diketahui melalui tabel dibawah ini**.**

Tabel 4.21

"*Customer Service* melakukan Komunikasi antarpribadi yang terbina dengan baik kepada pelanggan"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	9	12,16
2	Setuju	42	56,76
3	Cukup Setuju	21	28,38
4	Tidak Setuju	2	2,70
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.21 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer Service* melakukan Komunikasi antarpribadi yang terbina dengan baik kepada konsumen. Mayoritas responden sebanyak 42 orang atau 56,67% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator dengan komunikasi yang baik untuk melayani pelanggan sudah tepat sasaran, akan tetapi ada 2 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan memperhatikan komunikasi yang disampaikan *customer service* kepada pelanggan

Tabel 4.22

"*Customer Service* menanggapi pertanyaan tentang produk *Pos Express* dengan Reaksi Yang Menyenangkan kepada konsumen"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	12	16,22
2	Setuju	44	59,46
3	Cukup Setuju	16	21,62
4	Tidak Setuju	1	1,35
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,35
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.22 diatas merupakan jawaban responden tentang item pernyataan "*Customer Service* menanggapi pertanyaan kosumen tentang produk *Pos Express* dengan Reaksi Yang Menyenangkan". Mayoritas responden sebanyak 44 orang atau 59,46% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju", yaitu masing-masing sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator dengan menangapi pertanyaan konsumen dengan reaksi yang menyenangkan sudah tepat sasaran, akan tetapi ada 1 orang yang menjawab tidak sangat setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak memperhatikan melayani *customer service* kepada pelanggan dengan baik.

4.3.5 Kesetaraan (X_5)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan

tentang Penerapan Kesetaraan. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Penerapan Kesetaraan sebagai berikut :

Tabel 4.23

Skor Jawaban Responden Terhadap

Item-item Pertanyaan Sub Variabel Penerapan Kesetaraan (X_5)

Kesetaraan (X_5)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	18	41	13	2	0	297
2	14	37	19	4	0	283
Total	**32**	**78**	**32**	**6**	**0**	**580**
	(32x5)=160	**(78x4)=312**	**(32x3)=96**	**(6x2)=12**	**(0x1)=0**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.23 Penerapan Kesetaraan di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 580, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740-148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Penerapan Kesetaraan.

Melalui jumlah skor jawaban responden dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Penerapan Kesetaraan, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Penerapan Kesetaraan termasuk dalam kategori “baik”.

Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Kesetaraan dapat diketahui melalui tabel dibawah ini**.**

Tabel 4.24

"*Customer service* Mendengarkan pendapat dan konflik konsumen tentang produk *Pos Express* dengan baik"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	24,32
2	Setuju	41	55,41
3	Cukup Setuju	13	17,57
4	Tidak Setuju	2	2,70
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.24 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer service* Mendengarkan pendapat dan konflik konsumen tentang produk *Pos Express* dengan baik". Mayoritas responden sebanyak 41 orang atau 55,41% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator sudah mampu mendegarkan pendapat./konflik dari pelanggan sudah tepat sasaran akan tetapi ada 2 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, dan merasakan keunggulan dari produk *pos express* tersebut.

Tabel 4.25

"*Customer service* memberikan Pengakuan sepenuh pada kebutuhan konsumen pada pelayanan *Pos Express*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	18,92
2	Setuju	37	50,00
3	Cukup Setuju	19	25,68
4	Tidak Setuju	4	5,41
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.25 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "*Customer service* memberikan Pengakuan penuh pada kebutuhan konsumen pada pelayanan *Pos Express*". Mayoritas responden sebanyak 37 orang atau 50,00% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 4 orang atau 65,41%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator memberikan pengakuan sesuai kebutuhan pelanggan tepat pada sasaran akan tetapi ada 4 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak mersakan produk unggulan *pos express*.

4.3.6 Kualitas Produk (Y_1)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Penerapan Kualitas Produk. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Penerapan Kualitas Produk sebagai berikut :

Tabel 4.26

Skor Jawaban Responden Terhadap

Item-item Pertanyaan Penerapan Kualitas Produk (Y_1)

Kualitas Produk (Y1)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	16	33	22	2	1	283
2	19	39	13	3	0	296
Total	**35**	**72**	**35**	**5**	**1**	**579**
	(35x5)=175	**(72x4)=288**	**(35x3)=105**	**(5x2)=10**	**(1x1)=1**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.26 Penerapan Kualitas Produk di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 5795, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}9\text{x}5) - (74\text{x}9\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740-148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban atas 2 butir pertanyaan mengenai Penerapan Kualitas Produk.

Melalui jumlah skor jawaban dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Penerapan Kualitas Produk, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Penerapan Kualitas Produk termasuk dalam kategori “baik”. Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Penerapan Kualitas Produk.

Tabel 4.27

Konsumen Sudah Merasakan keunggulan produk *Pos Express* tersebut"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	21,62
2	Setuju	33	44,59
3	Cukup Setuju	22	29,73
4	Tidak Setuju	2	2,70
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,35
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.27 diatas merupakan jawaban tentang item pertanyaan konsumen sudah Merasakan keunggulan produk *Pos Express* tersebut". Mayoritas responden sebanyak 33 orang atau 44,59% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Sangat Tidak Setuju", yaitu sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa konsumen sudah merasakan keuggulan dari produk *pos express* sudah tepat sasaran dengan jarak waktu tempuh 1 hari dan sampai tepat pada tujuan, akan tetapi frekuensi dengan 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa konsumen hanya menggunakan *produk pos express* 1 atau 2 kali saja.

Tabel 4.28

Konsumen Setuju bahwa Daya tahan merupakan sebuah keunggulan dari Produk *Pos Express* dengan tempuh waktu 1 hari sampai ketempat tujuan"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	25,68
2	Setuju	39	52,70
3	Cukup Setuju	13	17,57
4	Tidak Setuju	3	4,05
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.28 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan konsumen setuju bahwa Daya tahan merupakan sebuah keunggulan dari Produk *Pos Express* dengan tempuh waktu 1 hari sampai ketempat tujuan". Mayoritas responden sebanyak 39 orang atau 52,70% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 3 orang atau 4,05%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa pos express memberikan waktu tempuh 1 hari dengan kualitas pengiriman aman, dan harga yang komperatif murah, sudah tepat sasaran kepada pelanggan, akan tetapi ada 13 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan ada yang bermasalah dengan waktu pengiriman yang lebih dari 1 hari tersebut.

4.3.7 Kualitas Pelayanan (Y^2)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Penerapan Kualitas Pelayanan. Dari 74 responden yang diteliti

diperoleh jawaban mengenai Penerapan Kualitas Pelayanan sebagai berikut.

Tabel 4.29

Skor Jawaban Responden Terhadap

Item-item Pertanyaan Penerapan Kualitas Pelayanan (Y^2)

Kualitas Pelayanan (Y2)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	13	35	23	3	0	280
2	10	39	23	1	1	278
Total	**23**	**74**	**46**	**4**	**1**	**558**
	(23x5)=115	**(74x4)=296**	**(46x3)=138**	**(4x2)=8**	**(1x1)=1**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada 4.29 Penerapan kualitas pelayanan di atas dengan jumlah item pertanyaan 1 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 558, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740 - 148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 1 butir pertanyaan mengenai Penerapan Kualitas Pelayanan.

Melalui jumlah skor jawaban dari 1 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Penerapan Kualitas Pelayanan, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Penerapan Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori

“baik”. Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Penerapan Kualitas Pelayanan dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.30

Konsumen sudah Merasa Puas dengan layanan yang di berikan *Customer Service Pos Express*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	28,38
2	Setuju	30	40,54
3	Cukup Setuju	21	28,38
4	Tidak Setuju	1	1,35
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,35
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.30 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan Konsumen sudah Merasa Puas dengan layanan yang di berikan *Customer Service Pos Express*”. Mayoritas responden sebanyak 30 orang atau 40,54% adalah responden yang menjawab “Setuju”, dan minoritas adalah responden yang menjawab “Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju”, yaitu masing-masing sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator memberikan layanan kepada konsumen dengan baik sudah tepat sasaran, akan tetapi ada 1 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak menerima kebijakan yang diberikan oleh *customer service* ketika pelanggan tersebut merasa dirugikan atau tidak puas dengan keterlambatan barang atau surat.

4.3.8 Citra Produk (Y_3)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Citra Produk. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Citra Produk sebagai berikut :

Tabel 4.31
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Citra Produk (Y_3)

Citra Produk (Y3)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	21	30	21	1	1	291
Total	**21**	**30**	**21**	**1**	**1**	**291**
	(21x5)=105	**(30x4)=120**	**(21x3)=63**	**(1x2)=2**	**(1x1)=1**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.31 Penerapan Citra Produk di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 291, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}1\text{x}5) - (74\text{x}1\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{370 - 74}{5} = 59,2$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 59,2, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Citra Produk diperoleh rentang sebagai berikut.

Melalui jumlah skor jawaban dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Citra Produk, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Citra Produk termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pertanyaan tentang Citra Produk dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.32

Konsumen Sudah merasa puas dengan Kualitas produk *Pos Express"*

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	25,68
2	Setuju	36	48,65
3	Cukup Setuju	18	24,32
4	Tidak Setuju	1	1,35
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.32 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan konsumen sudah merasa puas dengan Kualitas produk *Pos Express*". Mayoritas responden sebanyak 36 orang atau 48,65% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa konsumen sudah merasa puas dengan produk *pos express* yang dikategorikan dengan produk unggulan yang memberikan tingkat kepuasaan dengan jarak waktu yang sangat singkat dan tepat sasaran, akan tetapi ada 1 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan merasa tidak tepat waktu dengan jarak tempu waktu yang 1 hari tepat pada tujuan.

Tabel 4.33

"Pelayanan yang baik yang di berikan oleh *Customer Service Pos Express* kepada pelanggan merupakan Nilai Tambah yang dimiliki oleh mereka"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	27,03
2	Setuju	44	59,46
3	Cukup Setuju	10	13,51
4	Tidak Setuju	0	0,00
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.33 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan "Pelayanan Pelanggan yang baik yang di berikan oleh *Customer Service Pos Express* merupakan Nilai Tambah yang dimiliki oleh mereka". Mayoritas responden sebanyak 44 orang atau 59,46% adalah responden yang menjawab "Setuju ", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Cukup Setuju", yaitu sebanyak 10 orang atau 13,51%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* memberikan layanan yang baik kepada konsumen, menjadi nilai tambah dimata konsumen dengan tinggkat layanan yang cepat dan ramah, akan tetapi ada 10 orang yang menjawab cukup setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan merasakan layanann yang diberikan tepat sasaran, dan juga pelanggan cukup puas dengan layanan yang diberikan, ketika pelanggan tersebut melakukan pengaduan kepada *customer service*, dengan pengaduan surat atau barang yang ia kirim belum sampai ke tempat tujuan, oleh karena itu pelanggan tersebut menjawab cukup setuju.

4.3.9 Harga (Y_4)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Harga. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Harga sebagai berikut :

Tabel 4.34
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Harga (Y_4)

Harga (Y4)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	19	36	18	1	0	295
2	20	44	10	0	0	306
Total	**39**	**80**	**28**	**1**	**0**	**601**
	(39x5)=195	**(80x4)=320**	**(28x3)=84**	**(1x2)=2**	**(0x1)=0**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.34 Penerapan Harga di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 601, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740-148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Harga.

Melalui jumlah skor jawaban dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai Harga, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai

Harga termasuk dalam kategori “baik”. Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pertanyaan tentang Harga dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.35

" Harga *Pos Express* sudah sangat baik dan Komperatif murah menurut konsumen "

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	17,57
2	Setuju	35	47,30
3	Cukup Setuju	23	31,08
4	Tidak Setuju	3	4,05
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.35 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan “Harga *Pos Express* sudah sangat baik dan Komperatif murah menurut konsumen. Mayoritas responden sebanyak 35 orang atau 47,30% adalah responden yang menjawab “Setuju”, dan minoritas adalah responden yang menjawab “Tidak Setuju”, yaitu sebanyak 3 orang atau 4,05%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *pos express* telah memberikan harga yang komperatif terjangkau untuk semua kalangan dan tepat sasaran apa yang diberikan oleg *pos express*, harga dan kualitas dari produk tersebut seimbang akan tetapi ada 3 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan tidak terlalu sering menggunakan produk *pos express*, sehingga beberapa pelanggan tersebut tidak mersakan harga yang komperatif dari produk *pos express*.

Tabel 4.36

"Jaminan yang di berikan *Pos Express* dari kesalahan atau keterlambatan dari pengiriman barang & surat konsumen sudah baik"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	13,51
2	Setuju	39	52,70
3	Cukup Setuju	23	31,08
4	Tidak Setuju	1	1,35
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,35
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.36 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan konsumen tentang"Jaminan yang di berikan *Pos Express* dari kesalahan atau keterlambatan dari pengiriman barang & surat konsumen sudah baik". Mayoritas responden sebanyak 39 orang atau 52,70% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju", yaitu masing-masing sebanyak 1 orang atau 1,35%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa jaminan yang diberikan kepada pelanggan dengan kesalahan dari pihak perusahaan kepada pelanggan sudah tepat sasaran, akan tetapi 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju hal tersebut dikarenakan pelanggan dan bagian *pos express* binggung dengan hasil data yang direkap dan bukti kwintasi transaksi pelanggan, tidak *realibel*.

4.3.10 Kemudahan Memperoleh Produk (Y_5)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang Kemudahan Memperoleh Produk. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Kemudahan Memperoleh Produk sebagai berikut :

Tabel 4.37
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pertanyaan Kemudahan Memperoleh Produk (Y_5)

Kemudahan Memperoleh Produk (Y_5)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	17	43	12	2	0	297
2	18	40	13	3	0	295
Total	**35**	**83**	**25**	**5**	**0**	**592**
	(35x5)=175	**(83x4)=332**	**(25x3)=75**	**(5x2)=10**	**(0x1)=0**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada tabel 4.37 “Kemudahan Memperoleh Produk” di atas dengan jumlah item pertanyaan 2 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 592, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}2\text{x}5) - (74\text{x}2\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{740 - 148}{5} = 118,4$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 118,4, sehingga dari jumlah skor jawaban responden atas 2 butir pertanyaan mengenai Kemudahan Memperoleh Produk.

Melalui jumlah skor jawaban dari 2 butir pertanyaan yang diajukan mengenai "Kemudahan Memperoleh Produk", maka dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai Kemudahan Memperoleh Produk termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang item-item pernyataan tentang Kemudahan Memperoleh Produk dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.38

Konsumen dengan Mudah Memperoleh pelayanan produk *Pos Expres*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	22,97
2	Setuju	43	58,11
3	Cukup Setuju	12	16,22
4	Tidak Setuju	2	2,70
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
Total		**74**	**100,00**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.38 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan pelanggan dengan Mudah Memperoleh pelayanan produk *Pos Expres*". Mayoritas responden sebanyak 43 orang atau 58,11% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 2 orang atau 2,70%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa *customer service* sebagai komunikator memberikan pelayanan dengan baik dan memberikan cara transaksi untunk

menggunakan produk *pos express*, dan tidak ada syarat-syarat yang membinggungkan para konsumen menggunakan produk layanan yaitu *pos express*. akan tetapi ada 2 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan memahami ketentuan apa yang harus dilakukan pelanggan untuk menggunakan *pos express*.

Tabel 4.39

Pelanggan merasa Nyaman menggunakan produk *Pos Express*"

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (f_i)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	24,32%
2	Setuju	40	54,05%
3	Cukup Setuju	13	17,57%
4	Tidak Setuju	3	4,05%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%
Total		**74**	**100,00%**

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Dari Tabel 4.39 diatas merupakan jawaban responden tentang item pertanyaan pelanggan merasa Nyaman menggunakan produk *Pos Express*". Mayoritas responden sebanyak 40 orang atau 54,05% adalah responden yang menjawab "Setuju", dan minoritas adalah responden yang menjawab "Tidak Setuju", yaitu sebanyak 3 orang atau 4,05%.

Hal ini mengindentifikasi bahwa konsumen merasa nyaman dari produk *pos express*, dengan layanan yang diberikan yaitu tepat waktu dan sampai tujuan sudah tepat sasaran. akan tetapi ada 3 orang yang menjawab tidak setuju, hal tersebut dikarenakan beberapa pelanggan mendapatkan kendala dengan barang atau surat yang iya kirim, alamatnya tidak jelas.

4.3.11 Variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona (X)

Untuk mengetahui bagaimana jawaban responden tentang komunikasi anatarpersona, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 19 pertanyaan, dengan Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Efektivitas Komunikasi Antarpersona sebagai berikut.

Tabel 4.40
Skor Jawaban Responden
Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel
Efektivitas Komunikasi Antarpersona (X)

Efektivitas Komunikasi Antarpersona (X)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	30	37	5	2	0	317
2	21	46	7	0	0	310
3	15	41	14	4	0	289
4	17	44	11	2	0	298
5	17	37	17	3	0	290
6	12	40	19	2	1	282
7	9	42	21	2	0	280
8	12	44	16	1	1	287
9	18	41	13	2	0	297
10	14	37	19	4	0	283
Total	**165**	**409**	**142**	**22**	**2**	**2933**
	(165x5)=825	**(400x4)=1636**	**(142x3)=426**	**(22x2)=22**	**(2x1)=2**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan jumlah item pertanyaan 10 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 2933, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}10\text{x}5) - (74\text{x}10\text{x}1)}{5}$$

$$= \frac{3700 - 740}{5} = 592$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 592, sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 10 butir pertanyaan mengenai Efektivitas Komunikasi Antarpersona diperoleh rentang sebagai berikut.

Melalui jumlah skor jawaban responden dari 10 butir pertanyaan yang diajukan mengenai variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Efektivitas Komunikasi Antarpersona termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang sub-sub variabel tentang variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona dapat diketahui melalui tabel dibawah ini

4.3.12 Variabel Kepuasaan (Y)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar jawaban responden menyatakan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang variabel Kepuasaan. Dari 74 responden yang diteliti diperoleh jawaban mengenai Kepuasaan sebagai berikut :

Tabel 4.41

Skor Jawaban Responden Terhadap

Item-item Pertanyaan Variabel Penerapan Kepuasan (Y)

Kepuasaan Pelanggan (Y)						
Instrumen	**Sangat Setuju (5)**	**Setuju (4)**	**Cukup Setuju (3)**	**Tidak Setuju (2)**	**Sangat Tidak Setuju (1)**	**Skor**
1	16	33	22	2	1	283
2	19	39	13	3	0	296
3	13	35	23	3	0	280
4	10	39	23	1	1	278
5	21	30	21	1	1	291
6	19	36	18	1	0	295
7	20	44	10	0	0	306
8	17	43	12	2	0	297
9	18	40	13	3	0	295
Total	**153**	**339**	**155**	**16**	**3**	**2621**
	(153x5)=765	**(339x4)=1356**	**(155x3)=456**	**(16x2)=32**	**(3x1)=3**	

Sumber : *Survey* Lapangan (Angket), Juni 2013

Pada variabel Kepuasan dengan jumlah item pertanyaan 9 butir dan jumlah responden 74 orang, diperoleh total skor sebesar 2621, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(74\text{x}9\text{x}5) - (74\text{x}9\text{x}1)}{5}$$

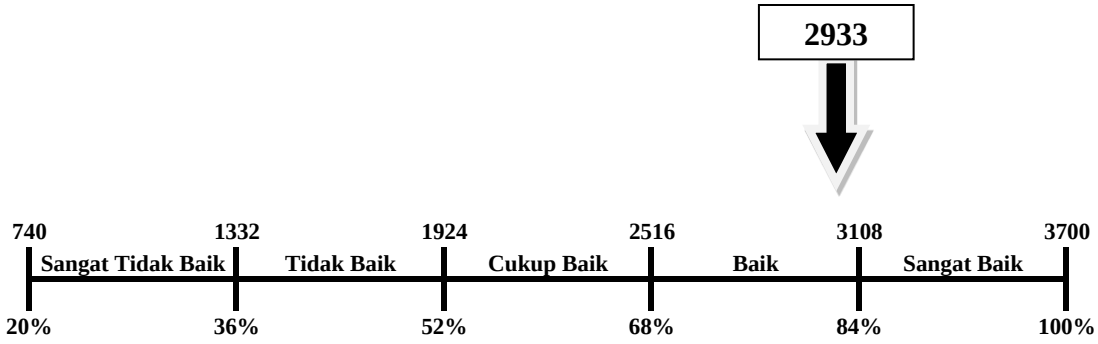
$$= \frac{3330 - 333}{5} = 532,8$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 532,8, sehingga dari jumlah skor jawaban atas 9 butir pertanyaan mengenai Kepuasan diperoleh rentang sebagai berikut.

Melalui jumlah skor jawaban dari 9 pertanyaan yang diajukan mengenai Variabel Kepuasaan, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Kepuasaan termasuk dalam kategori "baik". Secara *detail* jawaban responden tentang sub-sub variabel tentang variabel Kepuasaan dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dilihat garis kontinum pada masing-masing variabel dan sub variabel sebagai berikut:

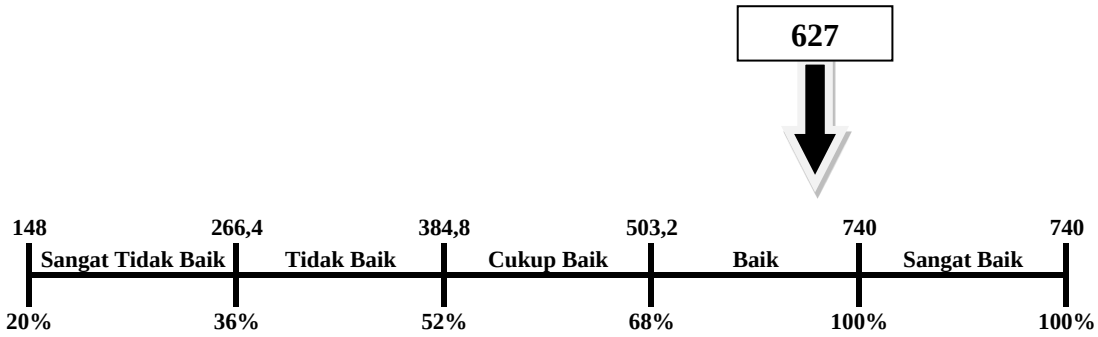
Gambar 4.1
Garis Kontinum Variabel Penerapan
Efektivitas Komunikasi Antarpersona (X)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.2

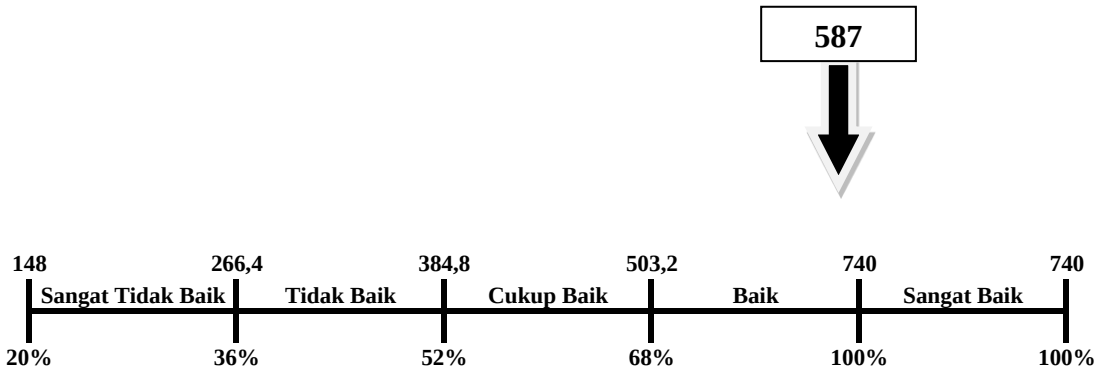
Garis Kontinum Keterbukaan (X_1)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.3

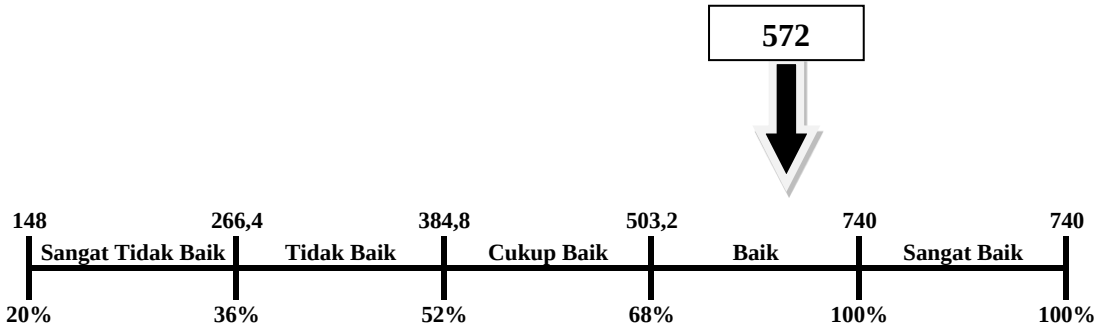
Garis Kontinum Empati (X_2)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.4

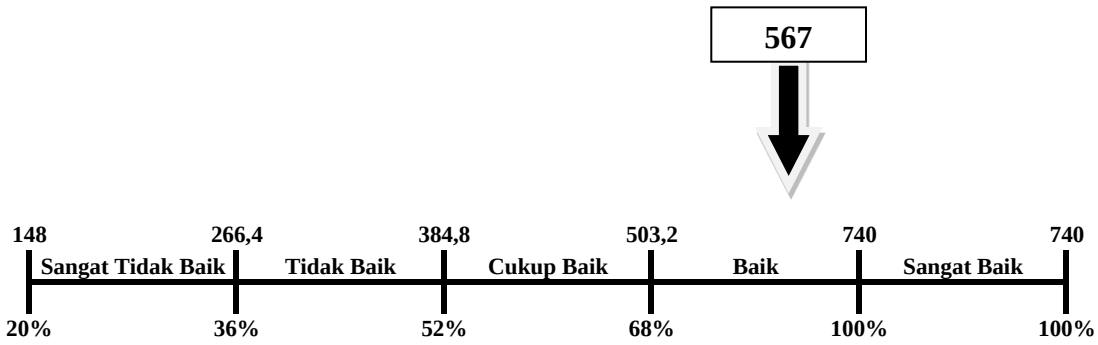
Garis Kontinum Sikap Mendukung (X_3)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.5

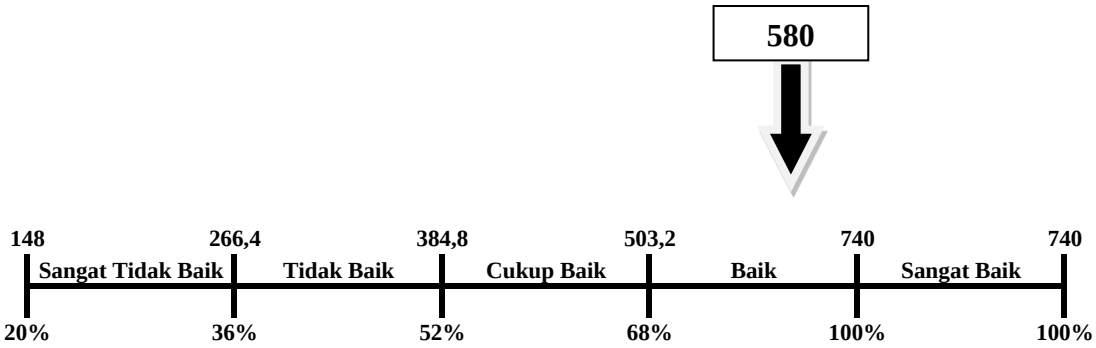
Garis Kontinum Sikap Positif (X_4)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.6

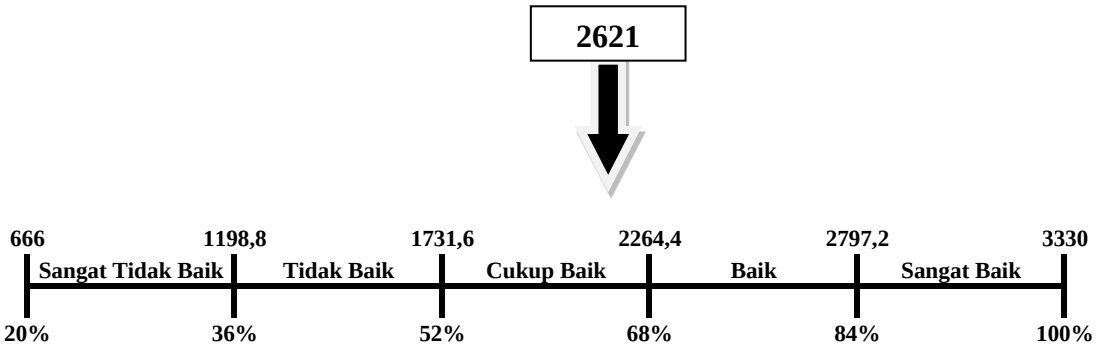
Garis Kontinum Kesetaraan (X_5)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.7

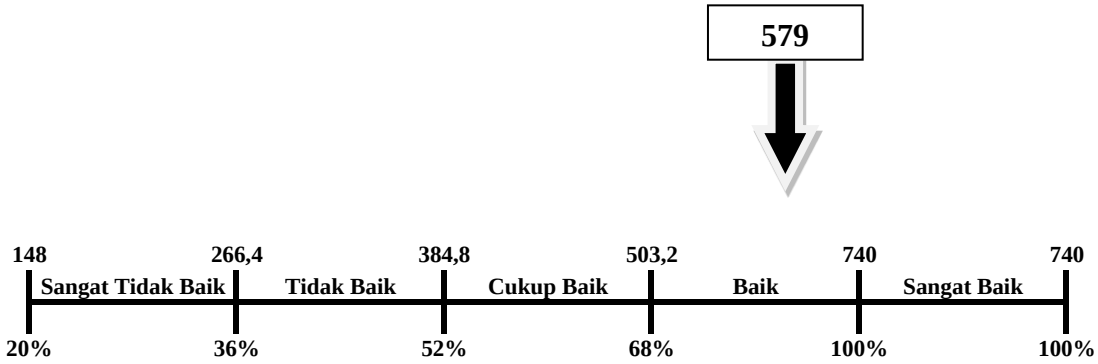
Garis Kontinum Variabel Kepuasaan (Y)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.8

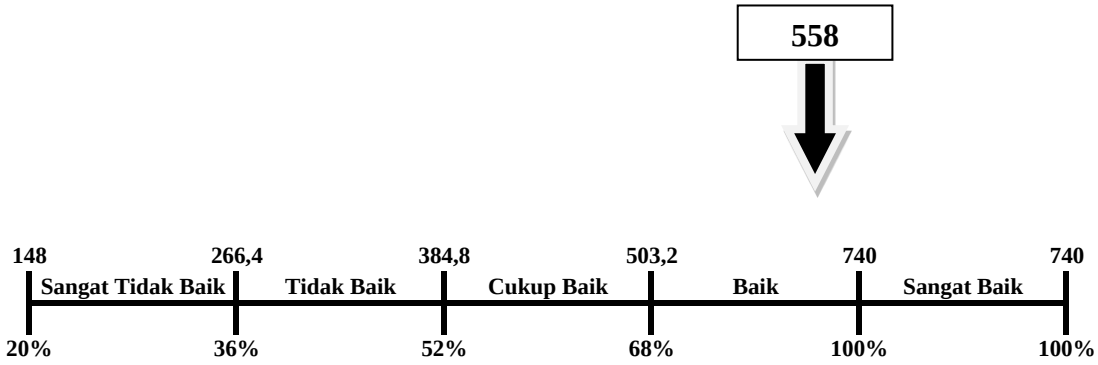
Garis Kontinum Kualitas Produk (Y_1)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.9

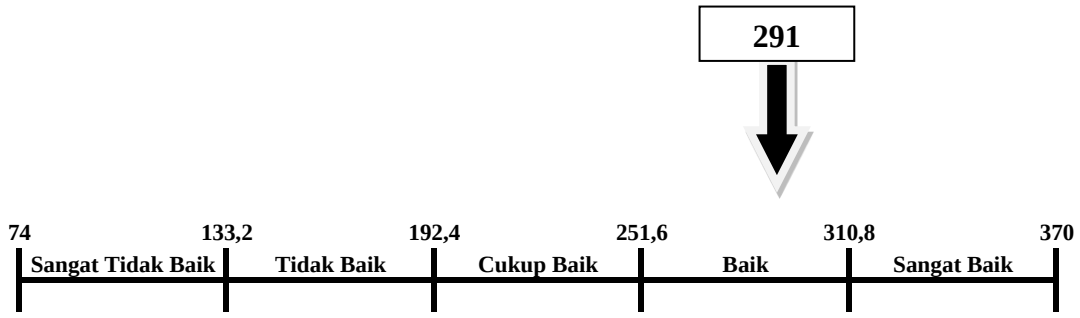
Garis Kontinum Kualitas Pelayanan (Y_2)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.10

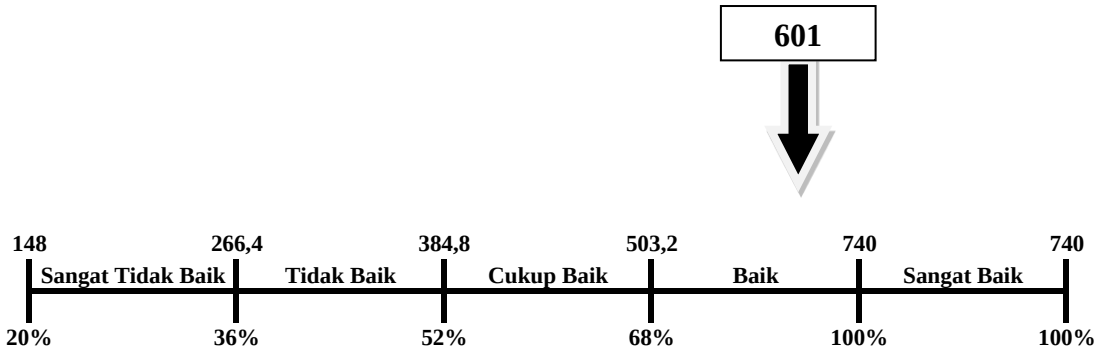
Garis Kontinum Citra Produk (Y_3)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.11

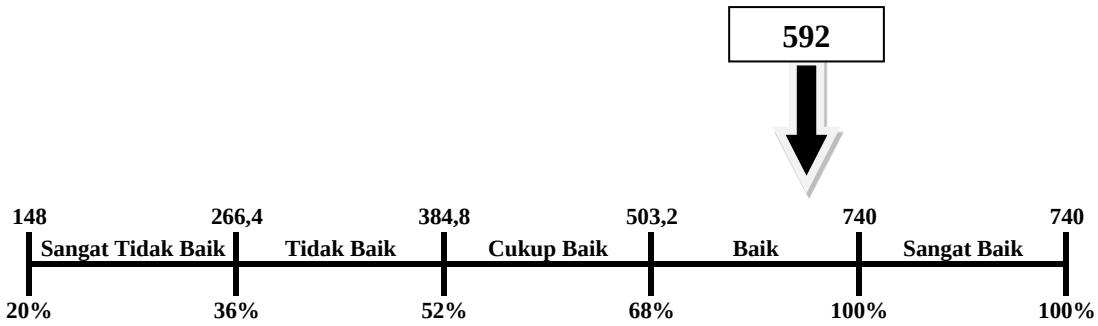
Garis Kontinum Harga (Y_4)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

Gambar 4.12

Garis Kontinum Kemudahan Memperoleh Produk (Y_5)



Sumber : *Survey* Lapangan (Angket) juni 2013

4.4 Analisis Korelasi *Rank Spearman*

Pada analiis Korelasi *Rank Spearman* ini akan dibahas hasil analisis korelasi untuk memcari hubungan antar masing-masing variabel dan kemudian interpretasi baedasarkan tabel *Guildford* dibawah ini:

Tabel 4.42

Skala Koefisien Korelasi dan Taksirannya

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2002:183

4.4.1 Hubungan antara Keterbukaan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Keterbukaan dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Keterbukaan dengan Kepuasan.

$\alpha = 5\%$

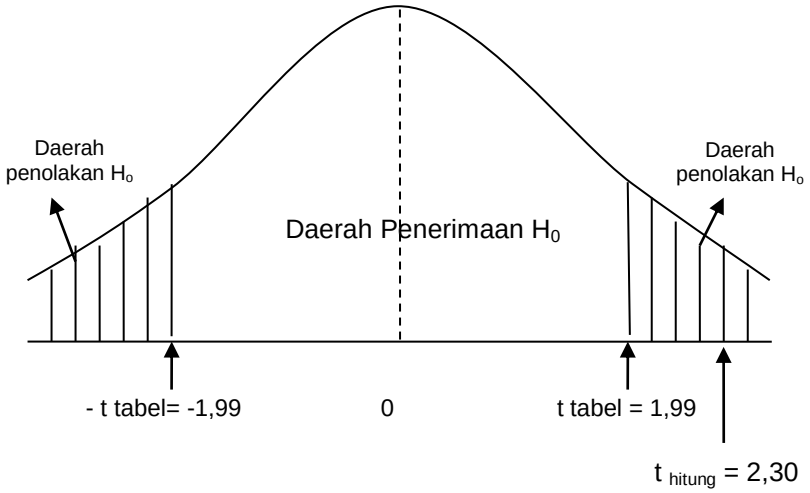
Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,261. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,261 termasuk pada kategori hubungan yang lemah. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,261\sqrt{\frac{74-2}{1-0,261^2}} = 2,30$. Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.43

Korelasi antara Keterbukaan dengan Kepuasan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1-Y	0,261	6,83%	Lemah	2,30	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.13 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (2,30) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Keterbukaan dengan Kepuasan dengan kuat hubungan yang lemah.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X_1 (Keterbukaan) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}261)^2 \times 100\%$

$= 6{,}83\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X_1 (Keterbukaan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 6,83%, sedangkan sisanya sebesar 93,17% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.2 Hubungan antara Empati *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Empati dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Empati dengan Kepuasan.

$\alpha = 5\%$

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,461. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,461 termasuk pada kategori hubungan yang Sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,461\sqrt{\frac{74-2}{1-0,461^2}} = 4,41$.

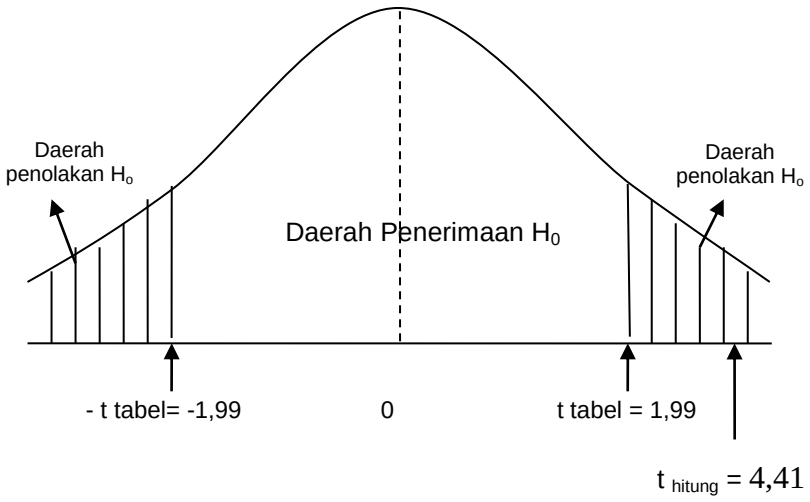
Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.44

Korelasi antara Empati dengan Kepuasan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2-Y	0,461	21,09%	Sedang	4,41	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.14 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (4,41) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Empati dengan Kepuasan dengan kuat hubungan yang sedang.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X_2 (Empati) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

KD = $(r_{xy})^2$ x 100%

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

KD = $r_{yx}{}^2$ x 100%

= $(0,461)^2$ x 100%

= 21,29%

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X_2 (Empati) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 21,29%, sedangkan sisanya sebesar 78,71% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.3 Hubungan antara Sikap Mendukung *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Mendukung dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Mendukung dengan Kepuasan.

α = 5%

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,608. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,608 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dengan

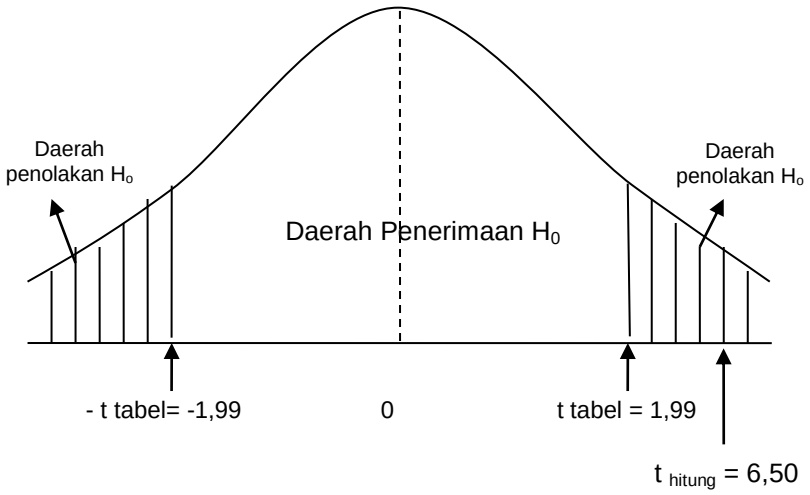
rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,608\sqrt{\frac{74-2}{1-0,608^2}} = 6,50$. Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.45

Korelasi antara Sikap Mendukung dengan Kepuasan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X3-Y	0,608	37,00%	Kuat	6,50	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.15 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber :Hasil Pengelolah Data Penelitian, Juli 2013

Dikarenakan t hitung (6,50) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Mendukung dengan Kepuasan dengan kuat hubungan yang kuat.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X_3 (Sikap Mendukung) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}608)^2 \times 100\%$

$= 37{,}00\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X_3 (Sikap Mendukung) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 37,00%, sedangkan sisanya sebesar 63,00% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.4 Hubungan antara Sikap Positif *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Positif dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Positif dengan Kepuasan.

$\alpha = 5\%$

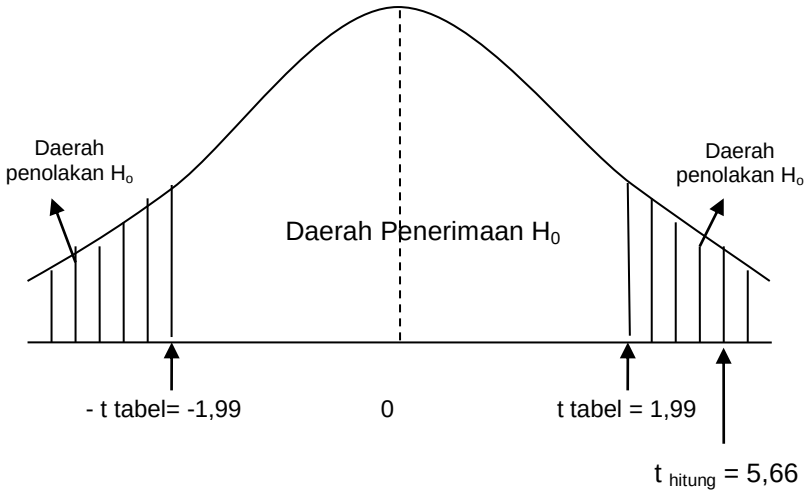
Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,555. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,555 termasuk pada kategori hubungan yang Sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung. $t = 0,555\sqrt{\frac{74-2}{1-0,555^2}} = 5,66$ Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.46

Korelasi antara Sikap Positif dengan Kepuasan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X4-Y	0,555	30,83%	Sedang	5,66	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.16 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (5,66) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Positif dengan Kepuasaan Pelanggan dengan kuat hubungan yang sedang.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X_4 (Sikap Positif) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}555)^2 \times 100\%$

$= 30{,}83\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X_4 (Sikap Positif) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 30,83%, sedangkan sisanya sebesar 69,17% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.5 Hubungan antara Kesetaraan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Kesetaraan dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Kesetaraan dengan Kepuasan.

$\alpha = 5\%$

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,648. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,648 termasuk pada kategori hubungan yang Kuat. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,648\sqrt{\frac{74-2}{1-0,648^2}} = 7,23.$

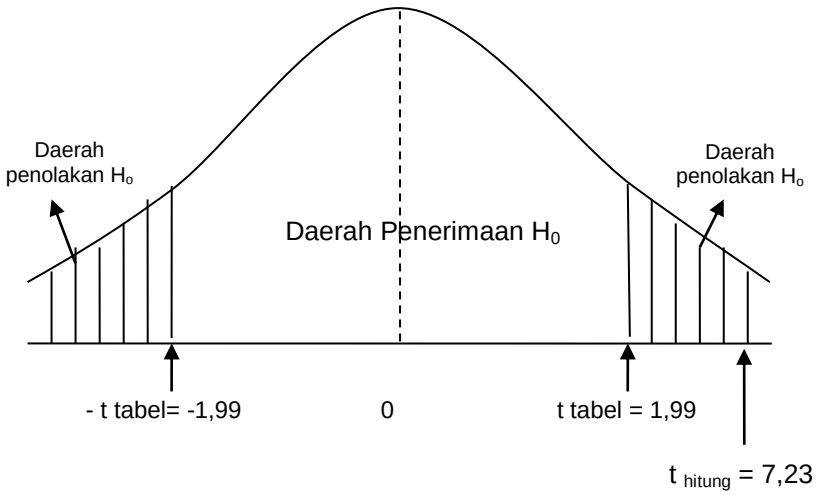
Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.47

Korelasi antara Kesetaraan dengan Kepuasan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X5-Y	0,648	42,05%	Kuat	7,23	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.17 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (7,23) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Kesetaraan dengan Kepuasan dengan kuat hubungan yang kuat.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X_5 (Kesetaraan) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}648)^2 \times 100\%$

$= 42{,}05\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X_5 (Kesetaraan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 42,05%, sedangkan sisanya sebesar 57,95% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.6 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kualitas Produk Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Produk.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Produk.

α = 5%

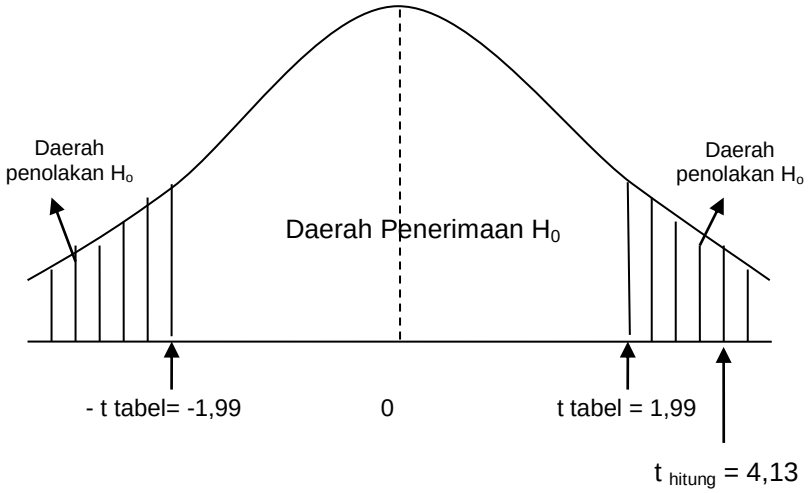
Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,438. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,438 termasuk pada kategori hubungan yang Sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,438\sqrt{\frac{74-2}{1-0,438^2}} = 4,13$. Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.48

Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Produk

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y1	0,438	19,17%	Sedang	4,13	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.18 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti (Angket) juni 2013

Dikarenakan t hitung (4,13) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Keterbukaan dengan Kepuasan dengan kuat hubungan yang lemah.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y_1 (Kualitas Produk) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}438)^2 \times 100\%$

= 19,17%

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y_1 (Kualitas Produk) sebesar 19,17%, sedangkan sisanya sebesar 80,83% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.7 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kualitas Pelayanan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 :Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Pelayanan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Pelayanan.

α = 5%

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,431. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,431 termasuk pada kategori hubungan yang Sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,431\sqrt{\frac{74-2}{1-0,431^2}} = 4,05$.

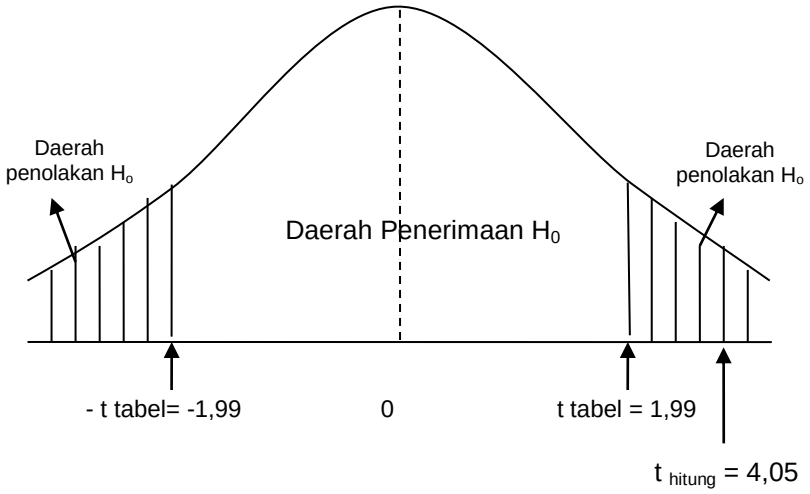
Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.49

Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Pelayanan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y2	0,431	18,56%	Sedang	4,05	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.19 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (4,05) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kualitas Pelayanan dengan kuat hubungan yang sedang.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y_2 (Kualitas Pelayanan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}431)^2 \times 100\%$

$= 18{,}56\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y_2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 18,56%, sedangkan sisanya sebesar 81,44% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.8 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi *Antarpersona Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Citra Produk Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Citra Produk.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Citra Produk.

$\alpha = 5\%$

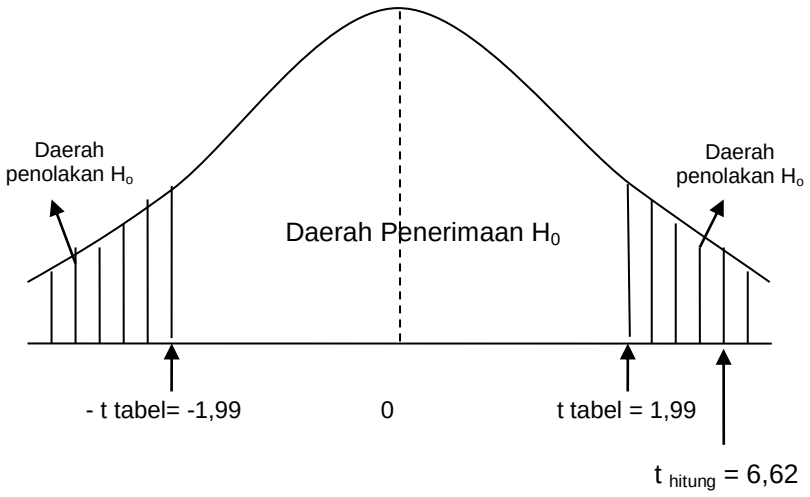
Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,615. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,615 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,615\sqrt{\frac{74-2}{1-0,615^2}} = 6,62$. Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.50

Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Citra Produk

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y3	0,615	37,81%	Kuat	6,62	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.20 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (6,62) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Citra Produk dengan kuat hubungan yang kuat.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y_3 (Citra Produk) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}615)^2 \times 100\%$

$= 37{,}81\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y_3 (Citra Produk) sebesar 6,62%, sedangkan sisanya sebesar 32,19% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.9 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Harga Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Harga.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Harga.

α = 5%

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,452. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,452 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,452\sqrt{\frac{74-2}{1-0,452^2}} = 4,30$.

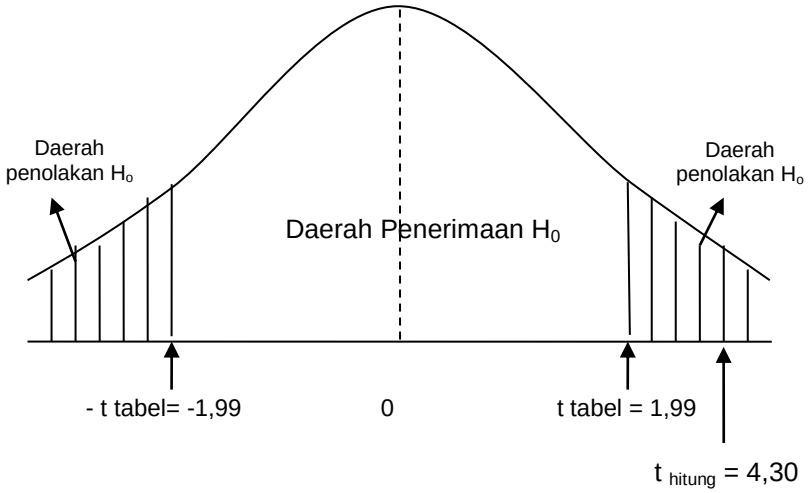
Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.51

Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Harga

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y4	0,452	20,41%	Sedang	4,30	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.21 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (4,30) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Harga dengan kuat hubungan yang sedang.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y_4 (Harga) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

KD = $r_{yx}{}^2$ x 100%

= $(0,452)^2$ x 100%

= 20,41%

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y_4 (Harga) sebesar 20,41%, sedangkan sisanya sebesar 79,59% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.10 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kemudahan Memperoleh Produk Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kemudahan Memperoleh Produk.

H_1 :Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kemudahan Memperoleh Produk.

α = 5%

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,512. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,512 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,512\sqrt{\frac{74-2}{1-0,512^2}} = 5,06$.

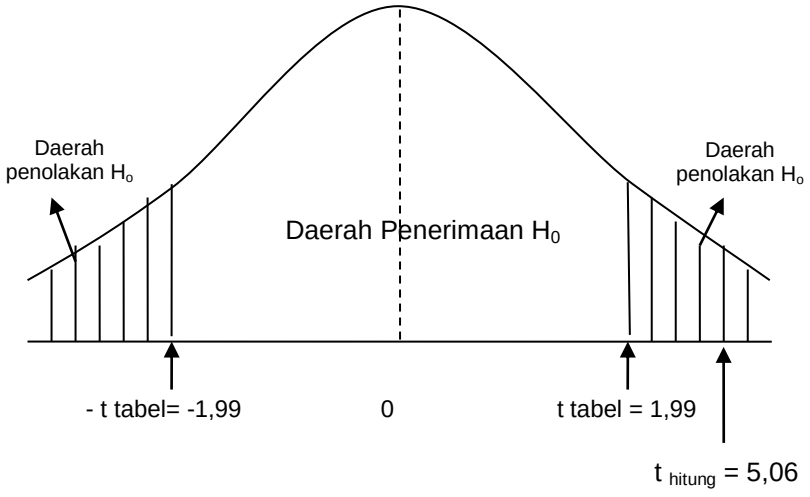
Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t

tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.52
Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kemudahan Memperoleh Produk

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y5	0,512	26,22%	Sedang	5,06	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.22 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (5,06) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kemudahan Memperoleh Produk dengan kuat hubungan yang sedang.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y_5 (Kemudahan Memperoleh Produk) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0{,}512)^2 \times 100\%$

$= 26{,}22\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y_5 (Kemudahan Memperoleh Produk) sebesar 26,22%, sedangkan sisanya sebesar 73,78% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.4.11 Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan Mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kepuasan.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kepuasan.

$\alpha = 5\%$

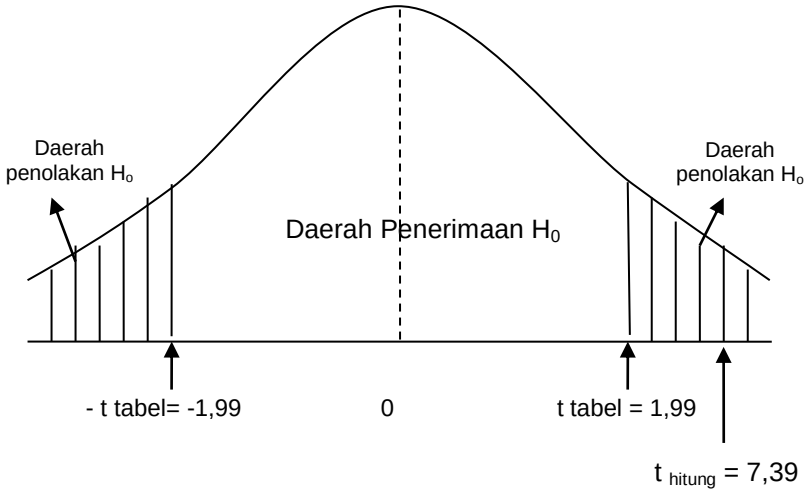
Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,657. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,657 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,657\sqrt{\frac{74-2}{1-0,657^2}} = 7,39$. Dengan db = 72 (n-2) dan α = 5% untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.53

Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Antarperson dengan Kepuasan.

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y	0,657	43,16%	Kuat	7,39	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013



Gambar 4.23 Kurva Uji-t Dua Pihak

Sumber : Hasil Pengelolah Data Peneliti, Juni 2013

Dikarenakan t hitung (7,39) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan Kepuasaan dengan kuat hubungan yang kuat.

Setelah didapat nilai koefisien korelasi, kemudian dilakukan perhitungan persentase pengaruh variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) terhadap variabel Y (Kepuasan) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koefisien korelasi *rank spearman*

$KD = r_{yx}{}^2 \times 100\%$

$= (0,657)^2 \times 100\%$

$= 43,16\%$

Dari analisis diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Efektivitas Komunikasi Antarpersona) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan) sebesar 43,16%, sedangkan sisanya sebesar 56,84% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.5 Pembahasan Hasil Peneliti

Pos Express salah satu produk PT. Pos Indonesa (Persero) yang merupakan produk unggulan dalam bidang pelayanan, *Pos Express* saat ini mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat. *Pos Express* merupakan pelayanan berbentuk produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada pengiriman paket dan surat dalam jarak waktu tempuh 1 hari sampai untuk tujuan kota-kota besar dengan harga yang komperatif murah untuk semua kalanagan. Hal ini merupakan kelebihan *Pos Express* dari pada produk lainya yang ada di PT. Pos Indonesia. Indonesia merupakan daerah jajahan belanda berdaarkan hal ini dibagunlah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman surat, telegraf. Kantor pertama kali didirikan di indonesia adalah Batavia oleh gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 tahun 1746 Dinas Pos sebagai jawatan, berada di bawah pengawasan *Directuer Producten en Civile Magazijen*. Tahun 1875 Dinas Pos disatukan dengan dinas Telegraf dan di sebut " *Pos en Telegrafdienst".* Sejak tahun 1884 jawatan telepon disatukan sehingga mulai tahun 1960 disebut dengan " Post *Telegraf en Telefondienst"* (PPT).

Dalam penelitian ini peneliti menghubungkan mengenai Efektivitas Komunikasi Anatarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada Pelanggan Tentang *Pos Express* Kepuasan Mereka Pada Pengiraman Paket dan Surat. Peneliti tertarik pada *Pos Express* dengan salah satu produk unggulan untuk menciptkan nilai kepuasaan dari pada pelanggan itu sendiri. Dengan jarak tempuh yang diberikan waktu 1 hari sampai tujuan untuk kpota-kota besar pelanggan akan semakin nyaman dan aman dalam menggunakan produk *Pos Express* untuk kebutuhan pelanggan itu sendiri. Peneliti ini mengunkan metode kuantitatif. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran angket kepada 74 responden *studi literature* dan penelusuran data secara langsung maupun via online ke PT. Pos Indoneisa (Persero) Bandung. Hasil dari penyebaran angket tersebut diolah untuk mendapatkan hasilnya. Data dikumpulkan, lalu data diolah lagi dengan menggunakan tekbik Rank Sperman dan output aplikasi *Sofware Statistical program for social science* (SPSS *Statistics* 20).

Sebelum peneliti melakukan pembahasan pada hasil penelitian dan melakukan analisis indentifikasi masalah yang ada, maka peneliti, membuat tabel keseluruhan analisis yang ada antar variabel atau Sub variabel X dengan Sub Variabel Y. Berikut tabel keseluruhan analisis data korelasi yang dapat dilihat pada tabel 4.54

Tabel 4.54

Rekapitulasi Korelasi Rank Spearman

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Persentase	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1-Y	0,261	6,83%	Lemah	2,30	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X2-Y	0,461	21,29%	Sedang	4,41	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X3-Y	0,608	37,00%	Kuat	6,50	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X4-Y	0,555	30,83%	Sedang	5,66	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X5-Y	0,648	42,05%	Kuat	7,23	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y1	0,438	19,17%	Sedang	4,13	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y2	0,431	18,56%	Sedang	4.,05	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y3	0,615	37,81%	Kuat	6,62	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y4	0,452	20,41%	Sedang	4,30	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y5	0,512	26,22%	Sedang	5,06	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan
X-Y	0,657	43,16%	Kuat	7,39	1,99	Terdapat hubungan yang Signifikan

Berdasarkan tabel 4.54 diatas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi dan besarya hubungan anatara variabel dan subvariabel X dengan variabel dan variabel dan subvariabel Y memiliki hubungan yang sedang, kuat dan hubungan yang sangat kuat.

4.5.1 Analisis Keterbukaan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Keterbukaan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kepuasan mereka pada Jasa pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,261 yang artinya mempunyai hubungan yang lemah. Dikarenakan t hitung (2,30) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa keterbukaan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia lemah terhadap pelanggan maka akan kurang baik dan semakin berkurang tinggkat kepuasan pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Keterbukaan *customer service* kepada pelanggan Sedangkan besarnya hubungan keterbukaan terhadap kepuasan sebesar 6,83%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 6,83% perubahan-perubahan kepuasan terhadap responden disebabkan oleh Faktor lain. Faktor lain disini yaitu Keterbukaan, keterbukaan adalah *customer service* komunikator yang efektif dari *customer service* PT.Pos Indonesia (Persero) kepada konsumen tentang *pos express*, jika dibadingkan dengan 4 indikator variabel X sesudahnya anatara Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif, dan Kesetaraan persentase keterbukaan yang pelanggan rasakan agak menurun atau cukup berarti di bandingkan 4

indikator dari variabel X lainya sebelumnya oleh *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung.

4.5.2 Analisis Empati *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Empati *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kepuasan mereka pada Jasa pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,461 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang Dikarenakan t hitung (4,41) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa Empati *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan jika seperti ini akan semakin baik tinggkat kepuasaan pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan diterima H_1, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Emapati *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan empati terhadap kepuasaan sebesar 21,29%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 21,29% perubahan-perubahan kepuasan terhadap responden disebabkan oleh Faktor lain.

Faktor lain disini adalah empati, menangapi keluhan konsumen Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) dalam pengiriman paket dan surat, customer service disini melayani konsumen dalam menaggapi keluhan

dengan baik, untuk memberikan rasa nyaman kepada pelanggan dan lebih loyal terhadap perusahaan.

4.5.3 Analisis Sikap Mendukung *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Sikap Mendukung *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,608 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. Dikarenakan t hitung (6,50) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa sikap mendukung *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia kuat terhadap pelanggan maka akan sebaik ini tinggkat kepuasaan pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Mendukung *customer service* kepada pelanggan.Sedangkan besarnya hubungan Sikap Mendukung terhadap kepuasan sebesar 37,00 %. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 37,00 % perubahan-perubahan kepuasan terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

faktor lain disini adalah sikap mendukung, *customer service* disini merupakan komunikator dengan komunikasi yang terbuka kepada pelanggan, yang bisa pelanggan dirasakan dengan pelanyanan yang

diberikan kepada pelanggan tentang kebutuhan yang pelanggan ingginkan dalam produk *pos express* tersebut.

4.5.4 Analisis Sikap Positif *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Sikap Positif *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kepuasan mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,555 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. Dikarenakan t hitung (0,566) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa sikap Positif *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan maka akan baik tinggkat kepuasan pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Sikap Positif *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan Sikap Positif terhadap kepuasaan sebesar 30,83%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 30.83% perubahan-perubahan kepuasan terhadap responden disebabkan oleh faktor lain. Faktor lain disini adalah sikap positif, yang di berikan langsung *customer service* kepada pelanggan berupa komunikasi antarpribadi yang terbina dengan baik kepada pelanggan, untuk memberikan rasa nyaman kepada

pelanggan dengan komunikasi yang terbina dengan baik untuk memenuhi kebutuhan berupa jasa pos pengiriman yaitu paket dan surat.

4.5.5 Analisis Kesetaraan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Kesetaraan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kepuasan mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,648 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. Dikarenakan t hitung (7,23) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa kesetaraan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia Kuat terhadap pelanggan maka akan semakin baik tinggkat kepuasan pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kesetaraan *cudsstomer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan kesetaraan terhadap kepuasaan sebesar 42,05%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 42,05% perubahan-perubahan kepuasan terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Faktor lain disini adalah kesetaraan, salah satu indikator dari variabel X yang memiliki nilai tinggi dari indikator variabel X lainya. Ini berarti bahwa kesetaraan yang berupa mendengarkan keluhan pelanggan yang diberikan *customer service* PT. Pos Indonesia (Persero) tentang *pos*

express sudah baik dan memenuhi tingkat kepuasan bagi para pelanggan yang menggunakan produk *pos express.*

4.5.6 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kualitas Produk mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa kualitas produk Besar Komunikasi Anatrpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kualitas produk mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,438 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. Dikarenakan t hitung (4,13) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa kualitas produk *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan maka baik tinggkat kualitas Produk *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi Antarpersona terhadap kualitas Produk pelanggan sebesar 19,17%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 19,17% perubahan-perubahan kualitas produk terhadap responden disebabkan oleh faktor lain. Faktor lain disini adalah kualitas produk yang berupa daya tahan dari produk *pos express* tersebut yang

diberikan *pos express* berupa tempuh waktu hanya 1 hari khusus kota-kota besar untuk memberikan tingkat kepuasaan dan loyalitas dari pelanggan.

4.5.7 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kualitas Pelayanan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Kualitas pelayanan Besarnya Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kualitas Pelayanan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,431 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. Dikarenakan t hitung (4,05) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa kualitas palayanan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan maka akan baik tinggkat kualitas pelayanan *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas pelayanan *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi Antarpersona terhadap kualitas pelayanan sebesar 18,56%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 18,56% perubahan-perubahan kualitas pelayanan terhadap responden disebabkan oleh faktor lain. Faktor lain disini adalah kualitas pelayanan

yang diberikan *customer service* kepada pelanggan sudah terpenuhi sesuai kebutuhan pelanggan, dengan tingkat layanan yang baik.

4.5.8 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Citra Produk mereka pada Jasa pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Citra Produk Besarnya Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* terhadap citra produk mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,615 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. Dikarenakan t hitung (6,62) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa keterbukaan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia kuat terhadap pelanggan maka akan semakin baik tinggkat citra produk *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara citra produk *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan efektivitas terhadap citra produk sebesar 37,81%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 37,81% perubahan-perubahan citra produk terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Faktor lain disini adalah citra produk berupa keunggulan dari produk *pos express* sudah memenuhi keingginan dan sesuai kebutuhan pelanggan

dalam pengiriman paket dan surat dengan tingkat kecepatan waktu sampai ke tempat tujuan.

4.5.9 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap harga mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Harga Besarnya Efektifitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Harga mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,452 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. Dikarenakan t hitung (4,30) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa harga *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan maka baik tinggkat harga pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara harga *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan efektivitas komunikasi antarpesona terhadap harga sebesar 20,41%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 20,41% perubahan-perubahan harga terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Faktor lain disini adalah harga yang sudah memenuhi keingginan pelanggan dengan harga yang terjangkau semua kalangan dan kualitas dari

pengiriman pos express dengan aman dan nyaman barang atau surat yang mereka kirim ke tempat tujuan dengan waktu yang cepat.

4.5.10 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kemudahan memperoleh produk mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Kesetraan besarnya Efektifitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap kesetaraan mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Di PT. Pos Indoensia (Persero) Bandung mempunyai Korelasi sebesar 0,512 yang artinya mempunyai hubungan yang sedang. Dikarenakan t hitung (5,06) > t table (1,99), hal ini berarti bahwa kesetaraan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia sedang terhadap pelanggan maka akan baik tinggkat kemudahan memperoleh produk pelanggan terhadap *Pos Express*, Sehingga dari Hasil uji hipotesisi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Kemudahan memperoleh produk *customer service* kepada pelanggan. Sedangkan besarnya hubungan efektivitas komunikasi antarpersona terhadap kemudahan memperoleh produk sebesar 26,22%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 26,22% perubahan-perubahan kemudahan memperoleh produk terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Faktor lain disini adalah kemudahan memperoleh produk, yang berupa *pos express* mudah diperoleh oleh konsumen atau pun pelanggan karena sekarang pelanggan sudah merasa puas dengan kemudahan untuk memperoleh produk ke unggulan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persro)..

4.5.11 Analisis Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Kepada pelanggan *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat.

Berdasarkan Tabel 4.54 diatas, kita dapat mengetahui bahwa Efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan kepuasan mempunyai korelasi 0,657 yang artinya mempunyai hubungan yang kuat. Dikarenakan t hitung (7,39) > t table (1,99), maka Ho ditolak, dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan signifikan antara efektivitas Komunikasi Antarpersona dengan kepuasan *Customer Sevice* PT. Pos Indonesia (persero) Bandung. Sedangkan besarnya hubungan efektivitas komunikasi antarpersona terhadap kepuasan sebesar 43,16%. Nilai ini menunjukan bahwa sebesar 43,16% perubahan-perubahan kepuasan disebabkan oleh efektivitas komunikasi antarpersona terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Efektivitas Komunikasi antarpersona *customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan *Pos Express* terhadap Kepuasan mereka Pada Jasa Pengiriman Paket dan Surat. Ternyata begitu puas, tinggi dan sangat kuat yang para responden rasakan dengan pelayanan

yang diberikan. Faktor yang mempengaruhi konsumen/pelanggan untuk memilih produk *Pos Express* adanya efektivitas komunikasi antarpersona yang diberikan *customer service* untuk kepuasan dalam memenuhi salah satu kebutuhan hidupnya. Penerapan baru dalam sistematis pelayanan dan memberikan salah satu produk yang dimiliki PT. Pos Indonesia (Persero) melalui *customer service* dan bekerja sama dengan manager *pos express* agar semua produk unggulan *pos express*, tertarik, nyaman dan aman bagi konsumen/pelanggan unuk menggunakan jasa pos yang berupa pengiriman paket dan surat. Dengan persentasi seperi ini maka PT. Pos Indonesia bisa lebih memberikan sistematis yang baru dalam mempertahakan nilai yang tinggi atau sangat kuat seperti ini untuk kemajuan perusahaan kedepanya.

Efektivitas komunikasi antarpersona yang dilakukan oleh *customer service* untuk memberikan kepuasan terhadap produk *pos express*, PT. Pos Indonesia memberikan salah satu kontribusi lagsung bagi peningkatkan layanan yang mudah, dan harga yang komperatif semua kalangan dengan jarang waktu tempuh 1 hari sampai tempat tujuan dikota-kota besar. Banyak manfaat dari salah satu layanan unggulan PT. Pos Indonesia (persero) tersebut untuk memberikan rasa nyaman, aman, dan tepat waktu kepada para pelanggan.

Terbentuknya sisi positif PT. Pos Indonesia (persero) dimata publik tentang produk unggulan yang memberikan tingkat kenyaman, aman, komperatif, dan tepat waktu sampai tujuan.dengan adanya produk *pos express* juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan memberikan yang terbaik dari pesaing-

pesaing bisnis lainya dengan pembentukan program yang sama. Walaupun sebelumnya banyak umpan *feedback* dari publik terutama dari pelanggan/konsumen itu sendiri tentang produk unggulan *pos express* baik rasa ketidak tahuan dalam unggulan produk tersebut tidak dianataranya denga opini publik, media massa, surat dan via email tentang keluhan pelanggan yang disediakan di bagian *customer service*, atau degan saran lainya. Sebagai buktinya pengakuan publik tentang produk unggulan PT. Pos Indonesia (persero) banyak anugrah sebagai perusahaan *best of the best* BUMN inovasi terbaik, inovasi manajemen BUMN terbaik, inovasi pelayanan publik terbaik BUMN terbaik, Inovasi produk layanan BUMN terbaik, ini bisa dibayangkan bahwa PT. Pos Indonesia (persero) bisa menyainggi prestasi-prestasi sekelas BUMN yang sudah maju.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik suatu kesimpulan yang berpinjak pada teori yang digunakan yaitu teori **A-B-X Newcomb dari onong uchjana Effendy yang disusun kembali oleh Josep A. Devito**, yang dimana hasil penelitian ini membuktikan dari mengukuhkan bahwa efektivitas yang diberikan *customer service* dan pada pihak penerima yaitu dalam hal ini pelanggan, yang merupakan suatu *feedback* yang diberikan oleh *customer service* kepada pelanggan, Efektivitas Komunikasi Antarpersona adalah *Customer Srvice* salah satunya adalah layanan dari PT. Pos Indonesia (persero) bandung. Efektivitas Komunikasi Antarpersona yang berupa komunikasi antar dua arah yang diberikan oleh pelanggan diterima dengan baik. Komunikasi yang berlasung dengan adanya perhatian dari pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) bandung

pada proses berikutnya pengertian, dimana pelanggan sudah mengerti terhadap komunikasi antarpesona yang diberikan oleh *customer service* PT. Pos Indonesia (persero). Kemampuan pelanggan ini sudah mampu memiliki nilai kepuasan yang sangat baik.