

**PENGARUH KUALITAS PROGRAM *CUSTOMER RELATIONS*
TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN PELANGGAN PT.
POS INDONESIA (PERSERO) CABANG YOGYAKARTA**

**[Kasus pada Program “Layanan Pelanggan” PT. POS INDONESIA
(PERSERO)]**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Oleh :

Agustine Loryna

090903855

**Dosen Pembimbing:
Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos.,M.Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Agustine Loryna
Nomer Mahasiswa : 09 09 03855
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Kualitas Program *Customer Relations* Terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Yogyakarta
[Kasus pada Program “Layanan Pelanggan” PT. Pos Indonesia (Persero)]

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun *non-material*, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 03 Juli 2013

Saya yang menyatakan

Agustine Loryna



HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PROGRAM *CUSTOMER RELATIONS* TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG YOGYAKARTA

[Kasus pada Program “Layanan Pelanggan” PT. Pos Indonesia (Persero)]

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai

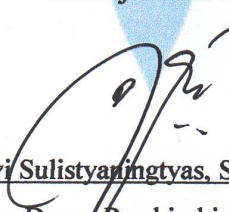
Gelar S.I.Kom Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

AGUSTINE LORYNA

09 09 03855 / KOM

Disetujui Oleh :


Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Program *Customer Relations* Terhadap
Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT. Pos Indonesia
(Persero) cabang Yogyakarta
[Kasus pada Program “Layanan Pelanggan” PT. Pos
Indonesia (Persero)]

Penyusun : Agustine Loryna

NIM : 09 09 03855

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari/Tanggal : Jumat, 19 Juli 2013

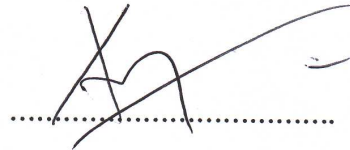
Pukul : 11.00

Tempat : Ruang Pendadaran lantai 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

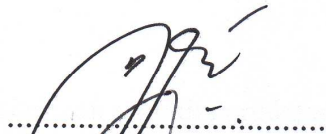
Dr. Gregoria Arum Yudarwati

Penguji Utama



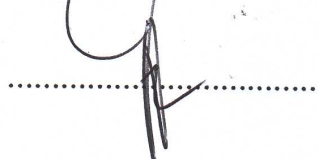
Ike Devi Sulistyaningtyas, M. Si

Penguji I



Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si

Penguji II



HALAMAN MOTTO



Sukses bukanlah sebuah tujuan, melainkan sebuah perjalanan

(Dennis-Wariefly)

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Tugas akhir ini kupersembahkan untuk
Orang tua yang selalu menjadi inspirasiku,
untuk para sahabat yang selalu ada dalam suka dan duka.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus karena berkat limpahan kasih-Nya dan segala petunjuk rahmat-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul Pengaruh Kualitas Program *Customer relations* terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Yogyakarta.

Puji Tuhan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini, walaupun dengan segala keterbatasan dan kekurangan. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah memberi bantuan, bimbingan, dukungan dan arahan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis selama pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk waktu dan masukan yang diberikan.
2. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati dan Ibu Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si selaku dosen penguji. Terimakasih Ibu atas masukan-masukannya, dan terimakasih atas semua saran yang telah diberikan.
3. Seluruh keluarga saya dan kedua orang tua penulis : Eddy Kuswandy dan Wenny yang telah menjadi inspirasi terbesar dalam hidup saya.
4. Pemupuk semangat I Gusti Bagus Alit Wahyu Palguna Putra.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan di kampus : Kristi Destiana, Wulan Christiana, Reynardus Asmara, Windy Fitri Astuti dan seluruh teman-teman kelompok bimbingan yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.
6. Untuk Pak Hargito, mbak Ria, mbak Titi dan seluruh pihak di PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

7. Untuk para pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Yogyakarta yang telah membantu mengisi kuesioner dan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penelitian yang penulis lakukan.
8. Untuk semua staf bagian perpustakaan dan TU FISIP yang telah banyak membantu penulis dalam hal surat menyurat dan membimbing penulis dalam hal prosedural.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam tugas akhir ini, oleh karena ini penulis berharap bahwa kelak akan ada yang menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat serta memberikan informasi bagi pembacanya.

Yogyakarta, 22 Juli 2013

Penulis

Agustine Loryna

Agustine Loryna

No. Mhs : 09 09 03855/ KOM

Pengaruh Kualitas Program *Customer Relations* Terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Yogyakarta

[Kasus pada program “Layanan Pelanggan” PT. Pos Indonesia (Persero)]

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan jasa perposan atau pengiriman barang tertua yaitu berdiri pada tahun 1946 di Indonesia atau dapat dikatakan sebagai pioner berdirinya bidang usaha jasa perposan atau pengiriman barang di Indonesia. Dalam bidang jasa pengirim, kepercayaan pelanggan merupakan kunci utama yang harus dijaga oleh PT. Pos Indonesia (Persero).

Dalam mewujudkan kepercayaan pelanggan dibutuhkan sebuah pengalaman yang baik atau positif dari sebuah perusahaan. Pengalaman tersebut dapat diwujudkan dengan komunikasi yang baik pada aktivitas program *customer relations*, dalam hal ini Kantor Pos Indonesia (Persero) membuat sebuah Program “Layanan Pelanggan” guna meningkatkan kualitas program *customer relations* dan menciptakan rasa kepercayaan dimata para pelanggannya.

Penelitian ini berjenis eksplanatif kuantitatif, dengan menggunakan metode survey. Sampel diambil sesuai dengan jumlah 92 responden. Pengujian hubungan antara kualitas program *customer relations* terhadap tingkat kepercayaan pelanggan menggunakan uji korelasi *Product moment*. Sedangkan untuk pengujian pengaruh kualitas program *customer relations* terhadap tingkat kepercayaan pelanggan menggunakan uji regresi linear sederhana.

Hasil uji korelasi *Product moment* menunjukkan bahwa Kualitas program *customer relations* (X) terdapat hubungan yang cukup berarti terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,441. Dari hasil uji regresi linear sederhana diperoleh sig 0,000 maka pengaruh yang muncul adalah signifikan. Besarnya pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebesar 19,4% sedangkan sisanya sebesar 80,6% (100% - 19,4%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti

Kata Kunci: Kualitas Program *Customer relations*, Tingkat Kepercayaan Pelanggan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. <i>Public Relations</i>	9
2. <i>Customer</i>	15
3. <i>Customer Relations</i>	17
4. Kualitas Program <i>Customer Relations</i>	22
5. Kepercayaan Pelanggan	27
F. Kerangka Konsep.....	31
1. Kualitas Program <i>Customer relations</i>	31
2. Tingkat Kepercayaan Pelanggan	34
G. Hipotesis.....	36
H. Definisi Operasional	37
I. Metodologi Penelitian.....	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Metode Penelitian.....	42
3. Lokasi Penelitian	43
4. Teknik Pengumpulan data.....	43
5. Populasi dan Sampel.....	43

6. Kriteria Kualitas Penelitian	45
a. Uji Validitas	45
b. Uji Reliabilitas	49
7. Teknik Analisis Data	51
a. Analisis Deskriptif	51
b. Korelasi Pearson <i>Product Moment</i>	51
c. Analisis Regresi Linear Sederhana	54
 BAB II : DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	55
A. Sejarah PT. Pos Indonesia (Persero).....	55
B. Sejarah Kantor Pos Yogyakarta.....	58
C. Logo dan Arti logo PT. Pos Indonesia (Persero).....	60
D. Visi, Misi, dan Motto PT. Pos Indonesia (Persero)	62
E. Humas PT. Pos Indonesia (Persero).....	63
F. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero)	66
G. Struktur Organisasi Kantor Pos Yogyakarta 55000.....	69
H. Program “Layanan Pelanggan”	70
 BAB III : HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI DATA	73
A. Analisis Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	73
1. Kualitas Program <i>Customer relations</i>	73
2. Tingkat Kepercayaan Pelanggan	97
B. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	109
C. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	110
D. Intepretasi Data.....	114
 BAB IV : PENUTUP	122
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran.....	123
 DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional.....	36
Tabel 2	Hasil Uji Validitas Kualitas Program <i>customer relations</i>	46
Tabel 3	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan Pelanggan.....	47
Tabel 4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 5	Melayani dengan baik	74
Tabel 6	Ketepatan Informasi	74
Tabel 7	Sesuai dengan kenyataan.....	75
Tabel 8	Bebas berinteraksi	75
Tabel 9	Kecepatan dalam merespon	76
Tabel 10	Ketepatan dalam merespon.....	76
Tabel 11	Bermanfaat.....	77
Tabel 12	Sesuai dengan kebutuhan.....	77
Tabel 13	Kemudahan mengingat	78
Tabel 14	Pemahaman yang baik.....	79
Tabel 15	Pengulangan informasi baik.....	79
Tabel 16	Konsisten Informasi	80
Tabel 17	Kemudahan memahami isi informasi.....	80
Tabel 18	Kemudahan dalam mencari informasi.....	81
Tabel 19	Kemudahan memberikan keluhan.....	82
Tabel 20	Interaksi melalui komunikasi lisan.....	82
Tabel 21	Media komunikasi lisan efektif.....	83
Tabel 22	Media komunikasi lisan sesuai dengan kebutuhan	84
Tabel 23	Interaksi melalui komunikasi audiovisual	84
Tabel 24	Media komunikasi audiovisual efektif	85
Tabel 25	Media komunikasi audiovisual sesuai dengan kebutuhan.....	85
Tabel 26	Interaksi melalui komunikasi cetak.....	86
Tabel 27	Media komunikasi cetak efektif.....	87
Tabel 28	Media komunikasi cetak sesuai dengan kebutuhan	87
Tabel 29	Pembagian interval kelas 2 pernyataan	89

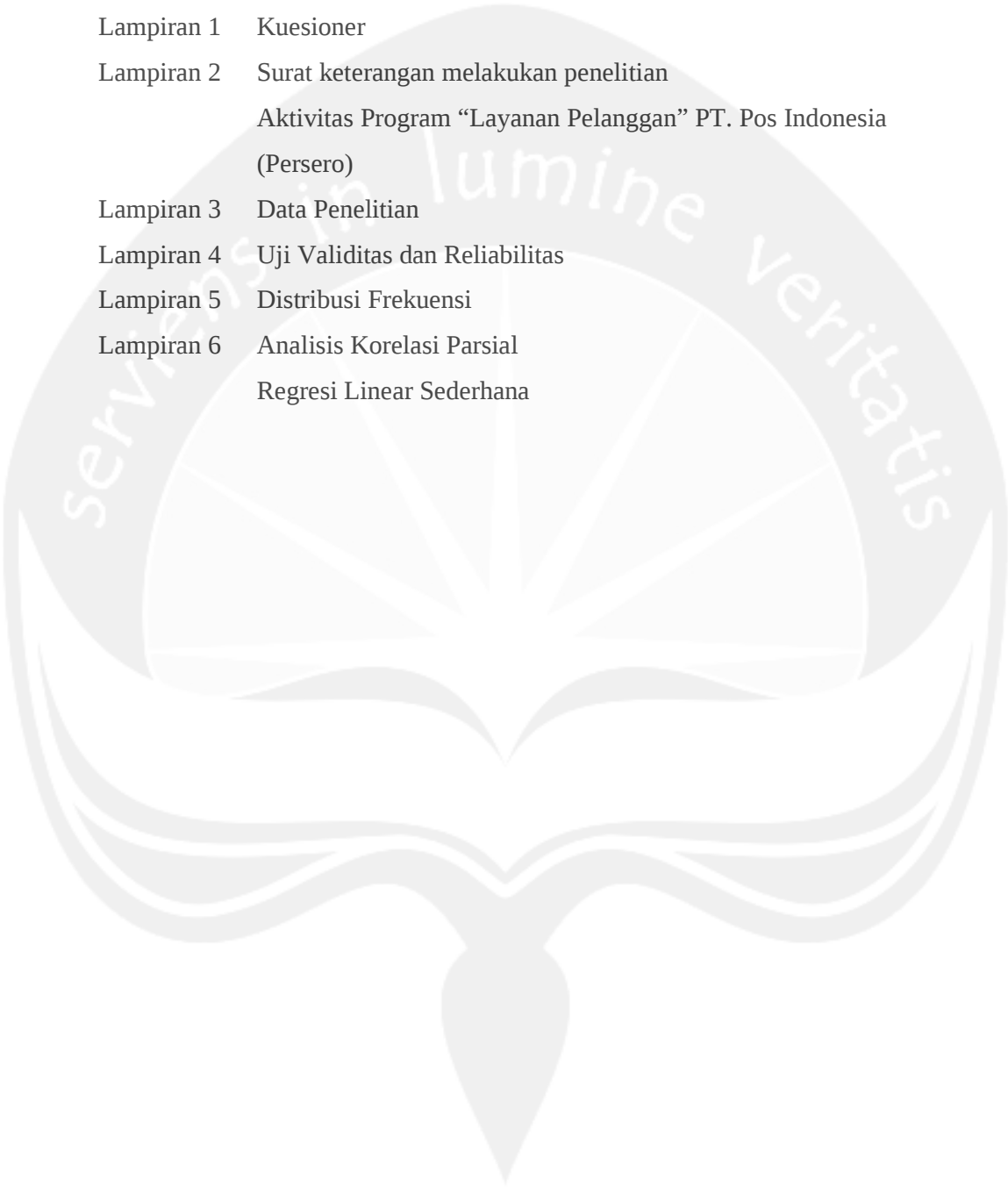
Tabel 30 Dimensi <i>credibility</i>	89
Tabel 31 Dimensi <i>content</i>	90
Tabel 32 Dimensi <i>clarity</i>	90
Tabel 33 Dimensi <i>continuity and consistency</i>	91
Tabel 34 Pembagian interval kelas 3 pernyataan	92
Tabel 35 Dimensi <i>capability of the audiences</i>	92
Tabel 36 Pembagian interval kelas 4 pernyataan	93
Tabel 37 Dimensi <i>context</i>	93
Tabel 38 Pembagian interval kelas 9 pernyataan	94
Tabel 39 Dimensi <i>channel</i>	94
Tabel 40 Pembagian interval kelas Variabel (X) Kualitas Program <i>Customer Relations</i>	95
Tabel 41 Kualitas Program <i>Customer Relations</i>	96
Tabel 42 Ketulusan melayani	97
Tabel 43 Kebijakan yang tepat	98
Tabel 44 Jujur dalam kinerja	98
Tabel 45 Tidak pernah merugikan.....	99
Tabel 46 Mempercayai PT. Pos Indonesia.....	99
Tabel 47 Opini pelanggan didengar.....	100
Tabel 48 Kesedian menggunakan program.....	100
Tabel 49 Kemampuan melaksanakan program.....	101
Tabel 50 Kemampuan menyelesaikan pekerjaan.....	101
Tabel 51 Keahlian dalam bekerja.....	102
Tabel 52 Keberhasilan program.....	103
Tabel 53 Pembagian interval kelas 3 pernyataan.	104
Tabel 54 Dimensi <i>dependability</i>	104
Tabel 55 Pembagian Interval Kelas 4 pernyataan.....	105
Tabel 56 Dimensi <i>Integrity</i>	105
Tabel 57 Dimensi <i>competence</i>	106
Tabel 58 Pembagian interval kelas Tingkat Kepercayaan Pelanggan	107
Tabel 59 Tabel 58 Tingkat Kepercayaan Pelanggan.....	107

Tabel 60 Hasil analisis korelasi <i>Product Moment</i>	109
Tabel 61 Intepretasi koefisien nilai korelasi.....	110
Tabel 62 Koefisien Determinasi Kualitas Program <i>Customer Relations</i> (X) terhadap Tingkat kepercayaan Pelanggan (Y)	111
Tabel 63 Anova Pengaruh Kualitas Program <i>Customer Relations</i> (X) terhadap Tingkat kepercayaan Pelanggan (Y)	112
Tabel 64 Koefisien Regresi Kualitas Program <i>Customer Relations</i> (X) Tingkat kepercayaan Pelanggan (Y)	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model hubungan antar Variabel.....	36
Gambar 2 Logo PT. Pos Indonesia Lama	60
Gambar 3 Logo PT. Pos Indonesia Baru.....	61
Gambar 4 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero)	66
Gambar 5 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) 55000	69
Gambar 6 Bagan Hubungan Antar Variabel.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Surat keterangan melakukan penelitian
Aktivitas Program “Layanan Pelanggan” PT. Pos Indonesia
(Persero)
- Lampiran 3 Data Penelitian
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi
- Lampiran 6 Analisis Korelasi Parsial
Regresi Linear Sederhana