

**PERANAN PERSEPSI NILAI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGIRIMAN
BARANG DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR KARAWANG**

FERI ARDIANSYAH

Program Studi Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : ps.15.feriardiansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

PT.Pos Indonesia (Persero) atau yang biasa dikenal dengan Kantor Pos merupakan pelopor perusahaan ekspedisi di Indonesia, termasuk di Karawang. Sejak dahulu Kantor Pos menjadi andalan masyarakat untuk pengiriman barang ke luar kota. Persaingan jasa pengiriman yang kini semakin ketat membuat Kantor Pos selalu meningkatkan layanan demi mempertahankan pelanggan. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui persepsi nilai dari pelanggan dan kualitas pelayanan yang dilakukan Kantor Pos berhubungan dengan kepuasan pelanggan dalam mengirim barang. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantor Pos Karawang dengan rentang usia 17-60 tahun dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 385 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu *insidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji tersebut, variabel persepsi nilai dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial memiliki peranan yang positif terhadap kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Karawang dengan peranan sebesar 23,2% terhadap kepuasan pelanggan dan 76.8% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : PT. Pos Indonesia (Persero), Kantor Pos Karawang, Persepsi Nilai, Kualita Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

*THE ROLE OF PERCEIVED VALUE AND QUALITY OF SERVICES TO
CUSTOMER SATISFACTION IN SHIPPING GOODS AT PT. POS
INDONESIA(PERSERO) KARAWANG OFFICE*

FERI ARDIANSYAH

Psychology Study Program, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: ps.15.feriardiansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

PT.Pos Indonesia (Persero) or commonly known as the Post Office is a pioneer of shipping companies in Indonesia, including in Karawang. Post Office always become the mainstay of the community for shipping goods out of town. The competition for shipping services that getting tougher makes the Post Office always improve its services to retain customers. This study intends to find out the perceived value of the customer and the quality of service performed by the Post Office related to customer satisfaction in goods delivery. The population in this study were all customers of the Karawang Post Office with an age range of 17-60 years with a total sample of 385 respondent. Sampling is done by non-probability sampling technique that is incidental sampling. Data analysis method used is multiple linear regression test. Based on the results of these tests, variables perceived value and quality of service simultaneously and partially have a positive role on customer satisfaction in shipping goods at PT. Pos Indonesia (Persero) Karawang Office with a role off 23.2% of customer satisfaction and 76.8% explained by other variables.

Keywords: PT. Pos Indonesia (Persero), Karawang Post Office, Perceived Value, Service Quality, Customer Satisfaction.