

**PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN
FRONTLINER PT POS INDONESIA CABANG RAWA BARAT
JAKARTA SELATAN
STUDI KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN JASA
PAKET POS**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademika Dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh

RICKY DWI PRIAMBODO

2007410036



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2013**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ricky Dwi Priambodo
NIM : 2007410036
Jurusan/Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER PT POS INDONESIA CABANG RAWA BARAT JAKARTA SELATAN STUDI KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN JASA PAKET POS)**

Yang dibimbing oleh Bapak Firsan Nova MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini , maka saya bersedia bertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 25 Februari 2013

Yang menyatakan.



Ricky Dwi Priambodo

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Ricky Dwi Priambodo
NIM : 2007410036
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : **PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS
PELAYANAN *FRONTLINER* PT POS INDONESIA
CABANG RAWA BARAT JAKARTA SELATAN STUDI
KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN
JASA PAKET POS**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan dihadapan
panitia penguji skripsi.

Jakarta, 11 Febuari 2013

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui

Pembimbing Materi


(Firsan Nova, MM)


(Firsan Nova, MM)

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ricky Dwi Priambodo
NIM : 2007410036
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dengan sidang Ujian Skripsi Sarjana pada tanggal 25 Februari 2013 dengan hasil :

Jakarta, 25 Februari 2013

Pembimbing Materi


(Firsan Nova, MM)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama

Jabatan

Tanda Tangan

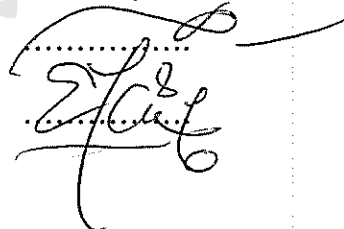
1. Drs. Fauzi Baisyir, MM

Ketua Penguji


.....

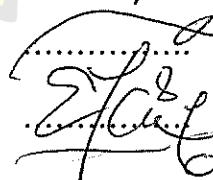
2. Firsan Nova, MM

Anggota Penguji


.....

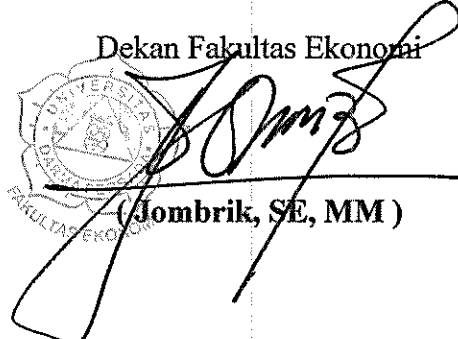
3. Ellena Nur Fahzirah Handayani SE,MM

Anggota Penguji


.....

Dekan Fakultas Ekonomi




(Jombrik, SE, MM)

ABSTRAK

Nama : Ricky Dwi Priambodo NIM : 2007410036, Judul : PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER* PT POS INDONESIA CABANG RAWA BARAT JAKARTA SELATAN STUDI KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN JASA PAKET POS.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan *frontliner* PT Pos Indonesia cabang Rawa Barat, Jakarta Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : Metode analisis deskriptif kualitatif, dengan tehnik analisis tingkat kesesuaian dan diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : analisis tingkat kesesuaian (Tki) PT Pos Indonesia, dengan indikator yang digolongkan menjadi 5 dimensi indikator lain. Dimensi Kepastian (Assurance) dengan besar nilai 97% dari total rata-rata tingkat kesesuaian. Dimensi Empati dengan besar nilai tingkat kesesuaian 94% dari total rata-rata tingkat kesesuaian. Dimensi Berwujud (Tangible) dengan besar nilai 92% dari total rata-rata tingkat kesesuaian. Dimensi Keandalan (Realibilitas) dengan besar nilai 91% dari total rata-rata tingkat kesesuaian. Dimensi Daya Tangkap (Resposiveness) dengan besar nilai 90% dari total rata-rata tingkat kesesuaian

Kesimpulan dan saran : Diagram Kartesius Kuardan A terdapat dua indikator yaitu Tidak pernah melakukan kesalahan (3.71:4.30) Cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan (3.34:4.14). Kuardan B terdapat empat indikator yaitu Jam buka / tutup tepat waktu (4.04:4.38) Sopan dalam melayani konsumen (4.51:4.32) Menjaga kerapian dalam bertugas (3.86:4.14) Tempat tunggu yang bersih dan nyaman (4.20:4.14). Kuardan C terdapat lima indikator yaitu: *frontliner* Profesional dibidangnya (3.72:3.94) Sensitifitas petugas *frontliner* dalam mengajukan penawaran kembali kepada pelanggan (3.33:3.76) Komunikasi petugas *frontliner* dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan tentang produk paket pos (3.47:3.79) Petugas *frontliner* selalu mengutamakan kepentingan pelanggan (3.65:3.8) Kepedulian petugas *frontliner* terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen selama proses transaksi (3.68:3.91). Kuardan D terdapat tiga indikator yaitu: Kecepatan petugas *frontliner* dalam melakukan transaksi (3.88:3.77) Keamanan konsumen yang terjamin selama melakukan transaksi (3.94:4.02) Keterampilan dan kemampuan petugas *frontliner* (4.23:3.94). Saran : Perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat memenuhi harapan konsumen.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, karunia, nikmat, dan ridho-nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya, yang judul :

“PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER PT POS INDONESIA CABANG RAWA BARAT JAKARTA SELATAN STUDI KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN JASA PAKET POS

Penyusunan skripsi bertujuan untuk mencapai gelar strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada, Jakarta.

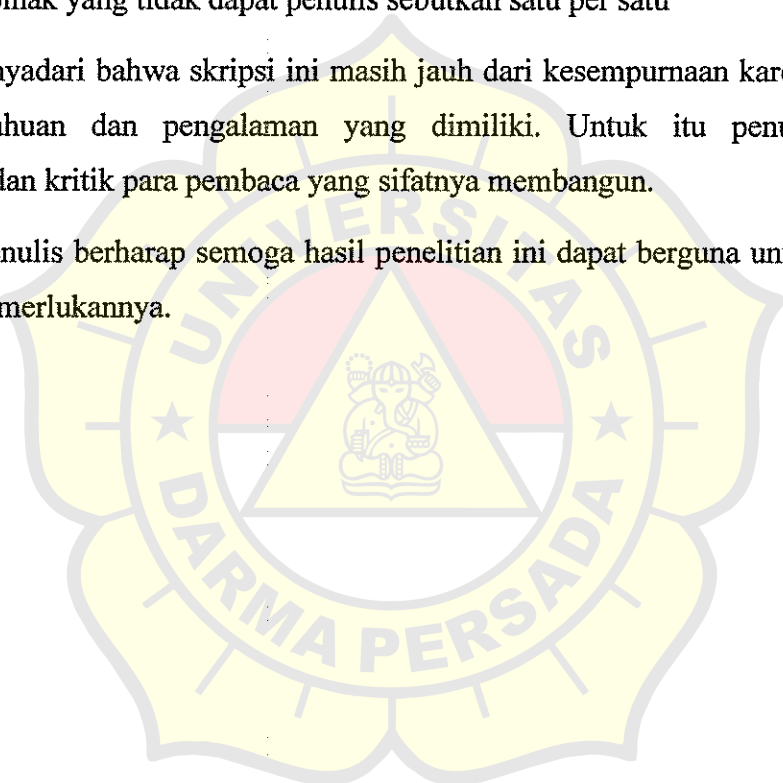
Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, saran, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Jombrik SE,MM, Dekan Fakultas Ekonomi, UNSADA
2. Bapak Sukardi SE, MM, Dosen Fakultas Ekonomi UNSADA.
3. Bapak Firsan Nova, MM. Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen UNSADA, dan Dosen Pembimbing Materi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, dan Staff Karyawan UNSADA yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan serta motivasi selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Darma Persada.
5. Bapak Joko Priyono, Kepala Kantor Pos Cabang Rawa Barat, Jakarta Selatan, yang telah banyak memberikan bantuan dan masukan serta mengizinkan untuk melakukan penelitian dikantor tersebut.

6. Bapak & Ibu tercinta yang selalu memberikan semangat dan iringan doa kepada penulis, serta kakakku Eka terima kasih atas sarannya selama ini, dan juga adiku Yosi yang telah membantu segala kebutuhan selama penulis melakukan skripsi.
7. Sahabat-sahabatku semua Denis, Ari, Fauzan, Alfian, Adi, Safrizal, Najid, Fery, Iwan yang selama ini telah mau memberikan masukan dan motivasinya Iwan teman seperjuangan selama penyusunan ini selalu bersama-sama kemana pun, dimana pun, dan susah senang bersama dan terima kasih atas segala bantuannya.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Penulisan menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik para pembaca yang sifatnya membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat berguna untuk semua pihak yang memerlukannya.



Bekasi, 25 Febuari,2013

Penulis

Ricky Dwi Priambodo

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Kualitas Pelayanan Jasa.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	7
2.1.2 Pengertian dan Karakteristik jasa	9
2.1.3 Dimensi Mutu Jasa	13

2.2	Teori Tentang Kualitas Pelayanan	15
2.2.1	Pengertian Pelayanan.....	15
2.2.2	Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.3	Persepsi Komsumen.....	23
2.3.1	Pengertian Persepsi	23
2.3.2	Proses Persepsi	26
2.3.3	Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	28
2.4	Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	30
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	30
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan	33
2.4.3	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	34
2.4.4	Analisis Kepentingan Kinerja.....	36
2.5	Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.2	Jenis Data.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5	Metode Analisi Data	44

3.6	Definisi Variabel Operasional	49
-----	-------------------------------------	----

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	51
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
4.3	Kegiatan Usaha PT Pos Indonesia.....	55
4.4	Uji Validitas	57
4.5	Pembahasan dan Analisis Profil Responden	59
4.6	Pembahasan Kinerja <i>Frontliner</i> Pada PT Pos Indonesia	61
4.7	Pembahasan Kepentingan <i>Frontliner</i> Pada PT Pos Indonesia	71
4.8	Analisis Tingkat Kesesuaian	83
4.9	Diagram Kartesius	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

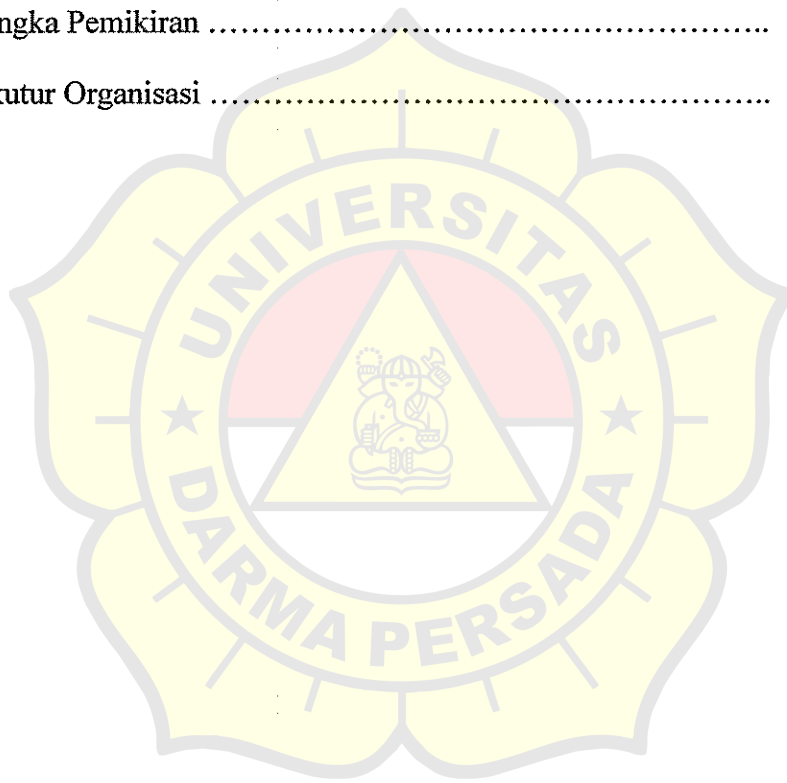
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA.....	94
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	96
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Empat Karakteristik Jasa	12
Gambar 2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	32
Gambar 2.3	Diagram Kartesius	38
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.5	Struktur Organisasi	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Pengguna Jasa Paket Pos.....	3
Tabel 3.1	Skala Penilaian Tingkat Kesesuaian.....	47
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	57
Tabel 4.2	Hasil Responden Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3	Hasil Responden Usia.....	60
Tabel 4.4	Hasil Responden Pendidikan.....	60
Tabel 4.5	Hasil Responden Pekerjaan	61
Tabel 4.6	Jam Buka/Tutup Tepat Waktu	62
Tabel 4.7	Profesional Dibidangnya.....	62
Tabel 4.8	Petugas <i>Frontliner</i> Tidak Pernah Membuat Kesalahan	63
Tabel 4.9	Kecepatan Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Melakukan Transaksi.....	64
Tabel 4.10	Petugas <i>Frontliner</i> Cepat Tanggap Keluhan Pelanggan.....	64
Tabel 4.11	Sensitifitas Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Mengajukan Penawaran.....	65
Tabel 4.12	Kesopanan Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Melayani Konsumen.....	66
Tabel 4.13	Keterampilan dan Kemampuan Petugas <i>Frontliner</i>	66
Tabel 4.14	Keamanan Konsumen Yang Terjamin.....	67
Tabel 4.15	Komunikasi Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Menyampaikan	68
Tabel 4.16	Petugas <i>Frontliner</i> Mengutamakan Kepentingan Konsumen.....	68
Tabel 4.17	Kepedulian Petugas <i>Frontliner</i> Terhadap Keinginan.....	69

Tabel 4.18 Petugas <i>Frontliner</i> Menjaga Kerapian Saat Bertugas.....	70
Tabel 4.19 Tempat Tunggu Bagian <i>Frontliner</i> Rapih, Bersih dan Nyaman	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Atas Jam Buka/ Tutup Tepat Waktu.....	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Atas Profesional Dibidangnya	72
Tabel 4.22 Petugas <i>Frontliner</i> Tidak Pernah Kesalahan.....	72
Tabel 4.23 Kecepatan Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Melakukan Transaksi	73
Tabel 4.24 Petugas <i>Frontliner</i> Cepat Tanggap Terhadap Keluhan.....	74
Tabel 4.25 Sensitivitas Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Mengajukan Penawaran.....	75
Tabel 4.26 Kesopanan Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Melayani Konsumen.....	76
Tabel 4.27 Keterampilan dan Kemampuan Petugas <i>Frontliner</i>	76
Tabel 4.28 Keamanan Konsumen Yang Terjamin Selama Melakukan Transaksi...	77
Tabel 4.29 Komunikasi Petugas <i>Frontliner</i> Dalam Menyampaikan Informasi	78
Tabel 4.30 Petugas <i>Frontliner</i> Mengutamakan Kepentingan Konsumen.....	79
Tabel 4.31 Kepedulian Petugas <i>Frontliner</i> Terhadap Keinginan Konsumen.....	80
Tabel 4.32 Petugas <i>Frontliner</i> Menjaga Kerapian Pada Saat Bertugas.....	81
Tabel 4.33 Tempat Tunggu Bagi Konsumen Bersih, Rapih dan Nyaman.....	82
Tabel 4.34 Analisis Tingkat Kesesuaian	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Kenelitian.....	96
Lampiran 2.	Tingkat Pengguna Paket Pos Indonesia	102
Lampiran 3.	Tabulasi Kinerja	103
Lampiran 4.	Tabuasi Kepentingan.....	107



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Siapa pun yang terlibat dalam bisnis sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan, apabila seorang manajemen yang tidak pernah bertemu dengan pelanggan, pelanggan akan tetap mengenal kontribusi manajemen melalui produk yang mereka konsumsi atau jasa yang digunakan.

Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka dimasa mendatang. Tidak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan pelanggan diformulasikan dan tidak perlu mereka tahu bahwa teori kepuasan pelanggan masih sampai hari ini didebatkan secara serius. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan.

Seseorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, system atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kapuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Apabila *value* dari pelanggan adalah harga yang murah, maka

pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini jelas bahwa kepuasan pelanggan harus menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan, sehingga banyak perusahaan yang mendirikan jasa pengiriman barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Banyaknya jasa pengiriman yang bermunculan tersebut menimbulkan persaingan antara perusahaan jasa pengirim barang, keadaan seperti ini sangat mempengaruhi pasar yang ada, sehingga sangat perlu memperhatikan kepuasan pelanggan, hal ini dimaksudkan agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Berbagai produk jasa pelayanan terus dihasilkan oleh masing-masing jasa pelayanan dalam menjangkau pelanggan. Artinya jasa pelayanan sekarang dituntut untuk bekerja secara profesional, efisien serta inovatif.

Perkembangan pengguna jasa pengiriman paket pos pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos cabang Rawa Barat mulai dari tahun 2006–2010 dapat ditunjukkan pada Tabel I.1 dibawah ini

Tabel I.1 Perkembangan Pengguna Jasa Paket Pos Cabang Rawa Barat

Tahun	Pengguna Paket Pos
2006	5400
2007	5760
2008	5832
2009	6120
2010	6321
Jumlah	29433

Sumber: PT Pos Indonesia (Persero) Jakarta Selatan 2011

Pada tabel I.1 menunjukkan fluktuasi perkembangan pengguna paket Pos pada PT Pos Indonesia (Persero) Rawa Barat dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010. Perkembangan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2006 pengguna paket pos pada PT Pos Indonesia (Persero) Rawa Barat sebesar 5.400, kemudian terjadi kenaikan pada tahun 2007 sebesar 5.760, sedangkan pada tahun 2008 terjadi kenaikan jumlah pengguna paket pos sebesar 5.832, sempat pada tahun 2009 terjadi kenaikan yang sama pengguna paket pos sekitar 6.120, setelah itu pengguna paket pos mulai naik lagi pada tahun 2010 pengguna sekitar 6.321 paket pos.

Perkembangan disektor jasa pengiriman sangat erat dengan perkembangan teknologi komunikasi dalam hal surat menyurat, hal ini disebabkan karena semakin banyak pelanggan dan semakin bertambahnya perusahaan jasa pengiriman. Untuk melayani pelanggan yang banyak tersebut maka perusahaan itu sendiri harus melengkapi diri dengan peralatan teknologi informatika yang paling mutakhir dan selalu harus memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan.

Bagi PT Pos Indonesia (Persero) Tbk untuk mengetahui kepuasan pelanggan karena makin banyaknya pesaing dibidang pelayanan jasa. Apabila PT Pos Indonesia (Persero) Tbk tidak mempertimbangkan hal tersebut maka PT Pos Indonesia (Persero) Tbk akan banyak kehilangan pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi perusahaan, karena apabila pelanggan puas pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk perusahaan tersebut kemas datang.

Penting bagi PT Pos Indonesia (Persero) Tbk untuk mengetahui kepuasan pelanggan karena semakin banyaknya pesaing seperti TIKI, JNE, TNT, & DHL, yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengiriman. Apabila PT Pos Indonesia (Persero) Tbk tidak mempertimbangkan hal tersebut maka PT Pos Indonesia (Persero) Tbk akan banyak kehilangan pelanggan.

Pelayanan adalah kunci yang membedakan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan yang lain, sehingga memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Industri jasa pengiriman sangat terkait erat dengan kepercayaan. Suatu paradikma yang selama ini menganggap *service* merupakan tanggung jawab penuh dari karyawan yang berada di *frontliner* (garda terdepan). *Frontliner* adalah wajah dan ujung tombak paling pertama dilihat oleh pelanggan. *Frontliner* akan membentuk citra sebuah lembaga. *Frontliner* yang dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah mereka yang memiliki *team work* yang baik. Tidak ada proses pelayanan yang dapat diselesaikan sendiri. Perusahaan lebih

membutuhkan kerjasama tim dimana perilaku dari anggota tim adalah mereka yang memiliki visi dan tujuan yang sama, yaitu menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal terakhir yang sangat urgen harus diperhatikan adalah sikap kata-kata. Seorang *frontliner* harus yang ramah, murah senyum, dan tidak jutek bagaimanapun kondisinya. Senyum yang tulus dan hangat adalah kunci dari seorang *frontliner*, selain senyum yang manis kata-kata harus diperhatikan. Adapun kata-kata yang harus selalu diucapkan oleh *frontliner*, yang pertama adalah *greeting* (ucapan salam), *excuse* (permohonan maaf), *always thank you* (ucapan terima kasih). Dengan melihat kenyataan yang ada maka peran *frontliner* tersebut sangatlah penting dan sudah menjadi kebutuhan perusahaan.

Frontliner merupakan salah satu unit kerja yang ada di PT Pos Indonesia (Persero) yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai pelaksana yang mendukung kelancaran pelayanan, membangun keharmonisan hubungan kerja yang baik.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mencoba mengadakan penelitian guna menemukan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT Pos Indonesia. Judul yang dipilih oleh penulis untuk mengetahui persepsi konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia adalah :

**“PERSEPSI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN
FRONTLINER PT POS INDONESIA CABANG RAWA BARAT JAKARTA
SELATAN STUDI KASUS PADA KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN
JASA PAKET POS”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibuat di atas, maka perumusan masalah ini adalah sebagai berikut: Bagaimana kualitas pelayanan *frontliner* PT Pos Indonesia Cabang Rawa Barat, Jakarta Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut: Mengetahui kualitas pelayanan *frontliner* PT Pos Indonesia Cabang Rawa Barat, Jakarta Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen PT Pos Indonesia dalam rangka menyusun program pelayanan pelanggan dimasa yang akan datang.