

**ANALISIS PELAKSANAAN PEMBERIAN MOTIVASI
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
BISNIS JASA PENGIRIMAN
(Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru)**

Oleh :

Mitra Elda Silvia¹ & Endang Sutrisna²
Mitrasilvia116@gmail.com

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

Abstrak

This study aims to determine the effect of the implementation of motivation on the quality of service at PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru branch. Implementation of motivation as a variable X and the quality of service as a variable Y.

This study refers to the ERG theory of Clayton Alderfer (1972) which says there are three groups, namely the need for existence, relatedness and growth, where samples were used that customer PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru branch with respondents as many as 100 customers. To determine the number of samples used formula slovin, while the collection of data used are observation, interviews and questionnaires. The measurement technique using a Likert scale with answers which were given a score of 1-5, while the statistical test equipment used is linear regression, the coefficients of determination and t test.

From the discussion that is seen from the need for existence, relatedness and growth undertaken by PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru branch can be seen that the implementation of the provision of motivation have been effective and well categorized and significant effect on the quality of service.

Keywords : Motivation , Quality of Service , existence , relatedness and growth

A. Pendahuluan

Dalam memasuki era globalisasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menjanjikan peluang dan tantangan bagi perusahaan dalam mengembangkan persaingan secara kompetitif. Sejalan dengan persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang berkualitas yang dapat memberi dukungan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, memiliki sikap mental yang baik, mempunyai semangat kerja yang tinggi sehingga dapat memanfaatkan dan mengendalikan sumber daya lainnya.

Semangat kerja yang tinggi tercermin dalam motivasi kerja yang berarti mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan suatu tujuan dalam perusahaan. Menurut Hasibuan (2003:92), motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

Suatu perusahaan harus menyadari pemberian motivasi merupakan suatu faktor yang dapat menentukan peningkatan kualitas kerja, sehingga pihak

manajemen perlu memberikan dorongan motivasi yang tepat, guna memperbaiki kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dengan mencari tahu berbagai kebutuhan dan harapan yang dapat meningkatkan kepuasan kerja, serta dapat memotivasi karyawan untuk berkerja maksimal agar tercapai tujuan perusahaan. Motivasi juga merupakan usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapatkan kepuasan dengan perbuatannya (Siagian, 1996:138).

Berkaitan dengan pelaksanaan kualitas pelayanan diperlukan suatu pelayanan yang baik dari karyawan berupa pemenuhan kebutuhan, baik secara fisik maupun non fisik. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2006:59). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected experience*) dan pelayanan yang didapatkan (*provide service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal begitu juga sebaliknya (Tjiptono, 1996:59). Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan. Tinggi rendahnya kemampuan dan motivasi kerja karyawan dalam pelayanan dapat diukur dari sejauh mana efektivitas dan efisiensi dalam memberikan pelayanan yang nyata, sehingga mewujudkan kepuasan kepada konsumen. Tjiptono (2005) menerangkan bahwa apabila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk, maka konsep kualitas layanan

adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan.

Pada kondisi saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan, baik oleh individu maupun organisasi. Hal ini mengakibatkan tingginya permintaan masyarakat akan jasa pengiriman tersebut sehingga bisnis jasa pengiriman pun akan mengalami peningkatan. Bisnis jasa pengiriman memiliki peran penting dalam menunjang kelancaran perekonomian nasional yang tercermin pada sarana distribusi dan transportasi sehingga dapat mempelancar arus pengiriman barang.

Pos Indonesia merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos, saat ini bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia (Persero) memegang tanggung jawab atas pemenuhan kebutuhan masyarakat akan jasa pos yang dalam kegiatannya akan menghasilkan keuntungan serta menambah kas negara, dimana telah menambah pendapatan negara yang digunakan sebagai modal pembangunan negara.

Dalam mewujudkan kepuasan konsumen yang berhubungan dengan motivasi kerja karyawan, masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dari pengaruh motivasi dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis terutama pada perusahaan jasa. Dalam lingkungan bisnis global, konsumen telah mengalami perubahan pesat, baik dalam tuntutan mereka maupun cara-cara memenuhi tuntutan mereka. Untuk tetap berkembang dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, manajemen perlu merubah paradigma mereka agar sikap dan tindakan mereka dalam menjalankan bisnis menjadi efektif. Perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para

konsumen dan perusahaan harus berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin.

Berikut ini adalah perkembangan jumlah keluhan pelanggan yang ada pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru :

Tabel 1. Jumlah keluhan pelanggan jasa pengiriman surat pos dan paket pos pada Januari - Desember tahun 2014

Bulan	Jenis Keluhan Pelanggan			Jumlah Keluhan
	Terlambat	Kerusakan	Kehilangan	
Januari	62	-	-	62
February	66	-	-	66
Maret	103	-	3	106
April	105	1	-	106
Mei	104	-	-	104
Juni	98	-	1	99
Juli	144	-	-	144
Agustus	137	1	1	139
September	122	-	1	123
Oktober	138	-	3	141
November	120	-	1	121
Desember	132	-	2	134
Jumlah	1331	2	12	1345

Sumber : PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru, 2015

Dari tabel di atas dapat dilihat selama tahun 2014 terhitung dari bulan Januari hingga bulan Desember PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru mengalami keluhan pelanggan sebanyak 1345 keluhan dengan pengaduan yaitu keterlambatan, kerusakan dan kehilangan. Dari data tersebut keluhan yang dialami pelanggan di dominasi oleh keterlambatan pengiriman barang yang berjumlah 1331 keluhan dengan jumlah terendah pada bulan Januari yaitu 62 keluhan dan jumlah tertinggi pada bulan Juli yaitu 144 keluhan. Hal ini membuat pelanggan resah dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru. Permasalahan ini bisa

terjadi disebabkan oleh beberapa faktor, baik dari faktor tenaga kerja, faktor cuaca, kemacetan, maupun sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan sehingga mengakibatkan keterlambatan, kerusakan maupun kehilangan barang.

Dari uraian di atas dapat diketahui fenomena atau gejala dari lapangan, yaitu sebagai berikut :

- a. Semakin banyaknya persaingan yang muncul dari perusahaan yang bergerak di bidang bisnis jasa pengiriman.
- b. Masih kurangnya pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru baik dari faktor internal maupun faktor eksternal yang dimiliki.
- c. Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru dalam jasa pengiriman yang dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Pelaksanaan Pemberian Motivasi dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Pelayanan Bisnis Jasa Pengiriman (Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu “Bagaimana pelaksanaan pemberian motivasi dan pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan bisnis jasa pengiriman pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru ? ”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan pemberian motivasi pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru.

- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan pemberian motivasi terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam pengembangan tentang ilmu manajemen sumber daya manusia.

b. Manfaat Praktis

1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi penulis, khususnya dalam melengkapi dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1).

2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru khususnya dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia terutama dalam hal kualitas pelayanan.

D. Kerangka Teoritis

1. Pengertian Motivasi

Menurut Robbins (2006:213) motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran. Meski motivasi umum terkait dengan upaya kearah sasaran apa saja, motivasi menyempitkan fokus pada tujuan organisasi agar mencerminkan minat

tunggal terhadap perilaku yang berkaitan dengan pekerjaan.

Menurut Rivai (2009:837) motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hasil spesifik sesuai dengan tujuan individu.

Siagian (2004:138) memberikan pengertian bahwa motivasi adalah daya dorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya dalam rangka pencapaian tujuan serta berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Dengan demikian berarti motivasi adalah kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja. Dari uraian-uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa motivasi itu adalah dorongan atau semangat baik yang timbul dari dalam diri maupun dorongan dari luar untuk bekerja dalam pencapaian tujuan yang diinginkan.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Ratminto (2008:2) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menurut Foster (2008:53), pelayanan yang berkualitas tinggi menggunakan program *relation retailing* yang didalamnya termasuk desain untuk menarik, memelihara dan meningkatkan *customer relationship*.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expectited service* dan *received*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka jasa tersebut memiliki kualitas ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam upaya untuk menyelesaikan penelitian terutama untuk mendapatkan sumber data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian pada kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru yang terletak di Jl.Jenderal Sudirman No.229 Pekanbaru-Riau.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan individu yang mempunyai karakteristik sama untuk diteliti. Populasi dalam hal ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian.

Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data adalah karyawan yang di anggap mempunyai informasi kunci (*key informan*). Adapun yang dijadikan informan kunci (*key informan*) adalah karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) pada bagian :

- Manajer Sumber Daya Manusia
- Manajer Pelayanan Jasa Surat Pos dan Paket Pos
- Manajer Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan
- Staff Karyawan

Keseluruhan informan kunci tersebut merupakan sumber data yang bersifat internal. Sedangkan sumber data yang bersifat eksternal adalah konsumen yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. Dalam pengambilan sampel penelitian di lapangan digunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *accidental sampling*, yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan di pandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono:2008)

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah ukuran sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Diketahui : *N* : 11.965.720

$$e : 10 \% = 0,1$$

$$n = \frac{11.965.720}{1 + 11.965.720 (0,1^2)}$$

$$= \frac{11.965.720}{119.658,2}$$

= 99,99 dibulatkan menjadi 100

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang pelanggan.

3. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yaitu dengan teknik wawancara dan kuesioner.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur yang terkait dengan topik penelitian. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari arsip-arsip perusahaan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu dengan cara :

1. Observasi, yaitu penulis memperhatikan dan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.
2. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti langsung mengadakan dialog dengan beberapa pimpinan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru tentang objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi dari responden. Dalam hal ini penulis bertemu secara langsung dengan kepala kantor agar di izinkan melakukan penelitian terhadap objek yang

diteliti, kemudian setelah di izinkan penulis mewawancarai informan kunci pada bagian MSDM, Pelayanan jasa, Pemasaran serta beberapa staff kantor untuk mendapatkan sejumlah data yang akan di teliti.

3. Kuesioner, yaitu suatu metode memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada responden untuk memperoleh data yang berhubungan dalam kegiatan penelitian, yang terdiri dari :

a. Identitas responden yaitu mengenai nama, jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

b. Pertanyaan mengenai tanggapan responden mengenai variabel : motivasi kerja dan kualitas pelayanan.

Dalam hal ini yang menjadi responden adalah konsumen yang menggunakan jasa pos tersebut, penulis menyebarkan angket pertanyaan kepada konsumen untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan.

5. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner yang disusun dengan teknik skala *likert*. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberi nilai 1 sampai dengan 5 dengan kategori sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 2. Klasifikasi jawaban berdasarkan skor

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

6. Analisis Data

a. Regresi Linier (linier sederhana)

Regresi linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah seperti berikut ini :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau variabel akibat (Dependent)

X = Variabel bebas atau variabel faktor penyebab (Independent)

a = konstanta

b = koefisien arah regresi (kemiringan)

Nilai a di hitung dengan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Nilai b di hitung dengan rumus :

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

(Sumber : Sugiyono, 2012:270)

Koefisien b pada X yang disebut koefisien regresi menunjukkan tingkat ketergantungan Y pada X, apabila nilai b = 0 maka, Y tidak bergantung pada X.

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu (0 < R² < 1). R² menunjukkan seberapa besar pengaruh X terhadap Y. Jika R² yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya jika R² mendekati 0 maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Cara yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{b(n\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Keterangan :

r² = koefisien determinasi

n = banyak sampel

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

(Sumber : Sugiyono, 2012)

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individual pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, maka rumus yang digunakan peneliti untuk hipotesis parsial dari hipotesis penelitian adalah seperti yang dikemukakan Sugiyono yakni sebagai berikut:

$$t_0 = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : t = uji variabel
 r = koefisien korelasi
 n = jumlah sampel

(Sumber : Sugiyono,2005:223).

F. Hasil Analisa Data

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh nilai analisis data sebagai berikut :

1. Regresi Linier (linier sederhana)

Analisis regresi linier (linier sederhana) digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS dapat diperoleh nilai sebagai berikut :

Dari hasil regresi linier sederhana di dapat bilangan konstanta (a) sebesar 40,441 dan koefisien variabel pemberian motivasi sebesar 0,349. Dengan demikian dapat ditentukan persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 40,441 + 0,349X$$

Hasilnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.441	4.132	9.788	.000
	Pemberian Motivasi	.349	.132	2.652	.002

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber : Data olahan SPSS, 2015

Dari persamaan regresi diatas, maka interpretasi dari masing-masing koefisien variabel adalah sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 40,441. Artinya adalah apabila pemberian motivasi diasumsikan (0), maka kualitas pelayanan bernilai 40,441.
- Nilai koefisien regresi variabel pemberian motivasi sebesar 0,349. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan pemberian motivasi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,349.

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu (0<R²<1). R² menunjukkan seberapa besar pengaruh X terhadap Y. Jika R² yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya jika R² mendekati 0 maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS dapat diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.0716	6.986

a. Predictors: (Constant), Pemberian Motivasi

b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber : Data olahan SPSS, 2015

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh nilai R Square sebesar 0,726 atau 72,6%. Artinya adalah bahwa korelasi ganda antara variabel pemberian motivasi

dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat.

Diketahui nilai R Square merupakan koefisien determinasi, dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,726 atau 72,6%. Artinya adalah variabel pemberian motivasi memberi sumbangan pengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan sebesar 72,6%. Sedangkan sisanya 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individual pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS dapat diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.441	4.132		9.788	.000
	Pemberian Motivasi	.349	.132	.259	2.652	.002

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber : Data olahan SPSS, 2015

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

Ha (alternatif) diterima jika t hitung > t tabel pada $\alpha = 5\%$

H0 (nol) diterima jika t hitung < t tabel pada $\alpha = 5\%$

Hasil pengujiannya adalah :

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut ini :

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= n - k - 1 : \alpha/2 \\ &= 100 - 1 - 1 : 0,05/2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

Keterangan : n : jumlah

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Dengan demikian diketahui bahwa t hitung sebesar (2,652) > 1,984 dengan taraf signifikan 5%. Dengan hasil t hitung lebih besar dari t tabel, hal ini menyatakan bahwa pelaksanaan pemberian motivasi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru dapat diterima.

F. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan mengenai masalah bagaimana pelaksanaan pemberian motivasi dan pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan bisnis jasa pengiriman pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut ini, yaitu :

- Pelaksanaan pemberian motivasi dan pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan dapat diketahui dari skor variabel pemberian motivasi oleh PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru, dimana skor berada pada kategori setuju. Artinya pelaksanaan pemberian motivasi sudah efektif dan dapat diterima oleh karyawan.
- Kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru dikategorikan baik.

Artinya karyawan sudah melakukan tugasnya sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan dapat diterima oleh pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden tentang kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru.

- c. Setelah dilakukan pengujian regresi linier sederhana diketahui bahwa variabel pelaksanaan pemberian motivasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru. Hal ini berarti semakin tinggi pemberian motivasi maka semakin tinggi kualitas pelayanan.

2. Saran

Dari hasil analisis yang telah dikemukakan, maka penulis akan mengemukakan saran-saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

- a. Sebaiknya PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru dapat mempertahankan bentuk-bentuk pemberian motivasi yang dibutuhkan oleh karyawan seperti gaji sesuai UMR, insentif, bonus penjualan, promosi jabatan dan pelatihan-pelatihan sehingga dapat mendorong karyawan untuk bekerja secara maksimal dalam melayani pelanggan.
- b. Kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru sudah dikategorikan baik, tetapi dalam hal tersebut sebaiknya PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru untuk terus mengevaluasi hasil kerja karyawan dan terus memahami apa saja yang menjadi harapan pelanggan sehingga dapat menjadi pedoman dan pertimbangan

perusahaan untuk mendapatkan kualitas layanan yang tinggi.

- c. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pemberian motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Untuk kedepannya ada baiknya jika PT. Pos Indonesia (Persero) cabang Pekanbaru meningkatkan pemberian motivasi secara merata kepada seluruh karyawan.

Daftar Pustaka

- Arifin, Friza. 2013. *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Bisnis Jasa Rental VCD "Odiva" Video Rental Chainshop Cabang Pekanbaru)*. Universitas Riau.
- Devi Rida, Fitrianti. 2014. *Analisis Implementasi Kualitas Pelayanan pada Bisnis Jasa Pengiriman Paket (Kasus PT. Indah Logistik cabang Pekanbaru)*. Universitas Riau.
- Hafedz, Assa'ad. 2013. *Effect Of Compensation and Work Environment for Employess of The Spirit In Pos Indonesia (Limited) Branch Pekanbaru*.
- Hasibuan, M.S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasibuan, M.S.P. 2003. *Organisasi dan Motivasi*. Bumi Aksara. Bandung.
- [Http://irep1991.blogspot.com/2013/06/analisa-manajemen-strategik-pada-pt-pos.html](http://irep1991.blogspot.com/2013/06/analisa-manajemen-strategik-pada-pt-pos.html)
- [Http://repository.usu.ac.id/sejarah-pos-indonesia\(persero\)/123456789/4251/3-09-E00717.pdf.txt](http://repository.usu.ac.id/sejarah-pos-indonesia(persero)/123456789/4251/3-09-E00717.pdf.txt)

<http://retnoindahsh.blogspot.com/2012/01/hubungan-kesamaan-antara-teori-motivasi.html>

http://svenroberthsen.blogspot.com/2013/10/teori-motivasi_4318.html

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/05/pengertian-tentang-kualitas-pelayanan.html>

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Edisi Kesepuluh terjemahan Hendra Teguh: Prenhallindo, Jakarta.

Siagian, P. S. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.

Sevilla, Consuelo G. *et. al* (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

Supriyanto. 2011. *Pengaruh Kemampuan dan Motivasi kerja Dosen Terhadap Kualitas Layanan Kepada Mahasiswa*. Universitas Kanjuruhan Malang.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publising. Malang, Jawa Timur.

Yanuar Rifky, Muhammad. 2013. *Hubungan Pemberian Motivasi Dengan Prestasi Kerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Hotel Resty Menara Pekanbaru)*. Universitas Riau.

www.posindonesia.co.id