



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DAN KARYAWAN DENGAN METODE HUMAN SIGMA DI PT. POS CABANG PEKANBARU

AHMAD JENI ARIZAL

11252102179

Tanggal Sidang : 27 Januari 2017 / 28 Rabi'ul Akhir 1438

Periode Wisuda : Mei 2017

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293

ABSTRAK

Salah satu variabel yang dapat mengukur kepuasan pelanggan dan karyawan adalah dengan metode *Human Sigma* (HS). *Human Sigma* adalah sebuah model dan pendekatan yang dikembangkan oleh John H. Fleming, Curt Coffman dan James Harter. Dengan metode *human sigma* dapat diukur berapa tingkat keeratn hubungan pelanggan dan karyawan sehingga akan dijadikan rancangan strategi perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Setelah melakukan perhitungan nilai *Human Sigma* didapatkan nilai sebesar 0,3386 atau 33,86%. EE persentil adalah 49% dengan nilai EE sebesar 4,27 dan CE persentil 46,8% dengan nilai CE sebesar 4,64. Adapun kuadran *human sigma*nya berada pada kuadran 1 dan HS 3. Kondisinya adalah *non optimized* atau tidak optimal. Koefisien keuangan yang didapatkan adalah sebesar 2,5 atau dapat dikatakan pada tingkatan menengah / rata-rata. Sedangkan berdasarkan analisis empat dimensi ikatan emosional pada karyawan didapatkan pada dimensi *what do i give* rata-rata *descriptive statistic*nya adalah sebesar 3,54, dimensi *what do i get* sebesar 3,75, dimensi *do i belong* sebesar 3,59 dan dimensi *how can we grow* sebesar 3,33. Adapun analisis empat dimensi ikatan emosional pada pelanggan didapatkan, pada dimensi *confidence* rata-rata *descriptive statistic*nya adalah sebesar 3,89, dimensi *integrity* sebesar 3,98, dimensi *pride* sebesar 4,14 dan dimensi *passion* sebesar 3,45. Artinya nilai dimensi *confidence*, *integrity*, *pride*, dan *passion* nilai rata-rata *descriptive statistic*nya berada diantara 3 sampai 3,99 dan kategori nilai CEnya adalah sedang.

Kata kunci: *Customer Engagement, Employee Engagement, Human sigma.*