

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Penggunaan Pospay dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman.**” Disusun oleh Raudhati Rahman (3722143), Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dirancang untuk menelaah cara PT Pos Indonesia memanfaatkan aplikasi Pospay dalam rangka meningkatkan tingkat kepuasan para pelanggannya. Latar penelitian muncul dari transformasi layanan digital yang mendorong organisasi untuk menciptakan terobosan teknologi agar dapat menyesuaikan diri dengan ekspektasi serta kebutuhan konsumen.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kualitatif dengan corak deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, pengamatan lapangan, serta telaah dokumen, yang melibatkan pegawai dan pelanggan sebagai sumber informasi utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penggunaan Pospay telah memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam proses transaksi, sehingga berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti gangguan sistem dan keterbatasan pemahaman pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi penggunaan Pospay sudah berjalan cukup baik, namun perlu ditingkatkan melalui perbaikan sistem dan sosialisasi yang berkelanjutan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal.

Kata Kunci: Strategi Penggunaan, Pospay, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of Pospay Usage Strategy in Increasing Customer Satisfaction of PT. Pos Indonesia Pariaman Branch Post Office." Compiled by Raudhati Rahman (3722143), Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

This study is orchestrated to scrutinize how PT Pos Indonesia harnesses the Pospay application to augment the contentment levels of its clientele. The impetus for this inquiry emanates from the metamorphosis of digital services, which compels institutions to engender technological innovations to attune themselves to the anticipations and requisites of consumers.

The research employs a qualitative paradigm with a descriptive orientation, while data acquisition is executed through interviews, field observations, and document examination, engaging both employees and patrons as principal informants.

Findings reveal that the deployment strategy of Pospay has facilitated expediency, alacrity, and convenience in transactional procedures, thereby exerting a salutary influence on customer satisfaction. Nevertheless, certain impediments persist, including system malfunctions and users' limited comprehension of application operations. Consequently, it can be inferred that the Pospay utilization strategy functions adequately, yet necessitates enhancement through system refinement and sustained dissemination efforts to optimize customer satisfaction.

Keywords: *Usage Strategy, Pospay, Customer Satisfaction.*