

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH PT. BANK
NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG
UGM YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh :

Nama : Shanty shartyka Dewi
Nomor Mahasiswa : 00 311 092
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2004

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH PT. BANK NEGARA
INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG UGM
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia**



oleh

Nama : Shanty shartyka Dewi
Nomor Mahasiswa : 00 311 092
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

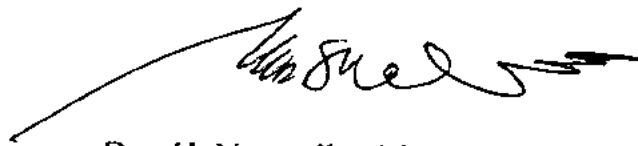
ANALISA FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
NASABAH PT. BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) Tbk KANTOR CABANG UGM
YOGYAKARTA

Nama : Shanty Shartyka Dewi
Nomor Mahasiswa : 00 311 092
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 9 Januari 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,



Drs. H. Nursya'bani Putnamana, MSi

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL:

**Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang
UGM Yogyakarta**

**Disusun Oleh: SHANTY SHARTYKA DEWI
Nomor Mahasiswa: 00311092**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
pada tanggal 12 Februari 2004**

Penguji/Pemb.Skripsi : DRS. H. NURSYA'BANI PURNAMA, M.SI

Penguji : DRA. SITI NURUL NGAINI, MM

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia**



Suwarsono, MA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 08 Maret 2004

Penulis,

Shanty Shartyka Dewi

HALAMAN MOTTO

"Sesungguhnya semua urusan (perintah) apabila Allah menghendaki segala sesuatunya maka Allah hanya berkata 'Jadilah' maka jadilah"
(QS. Yaasiin :82)

"Jika engkau mencari dunia maka pelajarilah ilmu, jika engkau mencari akhirat maka pelajarilah ilmu dan jika engkau mencari kedua-duanya maka pelajarilah ilmu"
(HR. Bukhori)

"kemarin adalah kenangan sekarang adalah kenyataan dan besok adalah harapan maka jadikanlah harapan kita itu menjadi suatu kenyataan agar bisa menjadi kenangan yang indah yang dapat memberikan manfaat bagi semua makhluk hidup"

HALAMAN PERSEMBAHAN :

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

Kedua Orangtuaku yang telah mengajarkan segalanya tentang kehidupan

Mama Papa dradgat Himawan di Batang

Dwi Wahyu Seti, SE. MM yang selalu memberikan inspirasi,

perhatian, kasih sayang, dorongan dan juga semangat.

Kak andhy, kak deddy dan adik-shary

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Atas rahmat Allah S.W.T yang telah memberikan karunia dan hidayah kepada kita sekalian sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penyusunan skripsi dengan judul “ Analisa Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor cabang UGM Yogyakarta “ sebagai salah satu syarat untuk bisa mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Judul ini menjadi pilihan penulis dilatarbelakangi atas keprihatinan dan rasa kecewa terhadap perusahaan jasa yang kurang mampu memujudkan kepuasan konsumen atas pelayanan/ jasa yang telah diberikan sehingga menimbulkan kekecewaan.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, saran, bimbingan dan koreksi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Nursya'bani Purnama, MSi selaku Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktunya dan memberikan bimbingan, saran dan koreksi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
3. Kepala Cabang beserta staf PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta

4. Kedua orang tua penulis, Bapak Drs. H. Aspulani HAT, MM dan Ibu Hj. Nilawaty, yang telah memberikan segalanya tanpa ada kata tidak, membimbing dan selalu mendorong untuk maju.
5. Ka Andy, Ka Lia, Ka dedhy, Dek Shary serta Ratih yang telah memberikan semangat agar skripsi ini cepet selesai.
6. Mba Linda, Mas Roesman dan sikecil Widya yang telah memberikan semangat tersendiri agar skripsi ini selesai.
7. Teman-teman yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Sari "ai", Evita, Lita, Woro, Novi, Loreta, Pampam, Romy & Chik, Edo, Ani, Asieh, Sandra, Ira, Osy, Anak-anak manajemen B '00 atas kebersamaan dan dukungannya selama ini.
8. Teman-temanku yang tidak dapat kusebutkan satu persatu, yang banyak memberikan bantuan dan dukungan

Pada akhirnya, penulis dengan segala kekurangannya berharap agar skripsi ini dapat benar-benar bermanfaat bagi yang membutuhkan, terutama bagi perbankan yang bergerak dibidang pelayanan jasa agar dapat memberikan pencerahan mengenai kualitas jasa dalam rangka pencapaian kepuasan nasabah.

Yogyakarta, Maret 2004

Penulis.

Shanty Shartyka Dewi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	I
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vii
Halaman Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xviii
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 POKOK MASALAH	4
1.3 BATASAN MASALAH	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN	6

Bab II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	7
2.2 TINJAUAN LITERATUR	10
2.2.1 Definisi Service	10
2.2.2 Definisi Kualitas	12
2.2.3 Pemasaran Jasa Bank	13
2.2.4 Kepuasan Pelanggan dan TQM	17
2.2.5 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
2.3 HIPOTESIS	27
2.4 KERANGKA PIKIR	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	30
3.1.1 Sejarah PT. Bank Negara Indonesia	30
3.1.2 Produk Bank BNI	34
3.1.3 Sejarah PT. BNI Cabang UGM Yogyakarta	35
3.2 JENIS PENELITIAN	41
3.3 LOKASI PENELITIAN	41
3.4 VARIABEL PENELITIAN	41
3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	48

3.6 METODE PENGUMPULAN DATA	49
3.6.1 Instrumen pengumpulan data	50
3.6.2 Jenis dan sumber data	51
3.6.3 Obyek penelitian.....	52
3.6.4 Populasi dan sampel	52
3.7 UJI VALIDITAS RELIABILITAS DAN INSTRUMEN PENELITIAN	54
3.7.1 Uji Validitas	54
3.7.2 Uji Reliabilitas	55
3.8 METODE ANALISA DATA	56
Bab IV ANALIS DAN PEMBAHASAN	64
4.1 UJI INSTRUMEN PENELITIAN	64
4.1.1 Uji Validitas	64
4.1.1.1 Hasil Uji Validitas Faktor Importance	65
4.1.1.2 Hasil Uji Validitas Faktor Performance	67
4.1.2 Uji Reliabilitas	63
4.1.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Importance	69
4.1.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Performance	71
4.2 ANALISA DISKRIFITIF	73

4.2.1 Analisis Tingkat Importance	77
4.2.1.1 Analisis tingkat importance variabel reliability	77
4.2.1.2 Analisis tingkat importance variabel koresponsifan	78
4.2.1.3 Analisis tingkat importance variabel assurance	81
4.2.1.4 Analisis tingkat importance variabel empaty	84
4.2.1.5 Analisis tingkat importance variabel tangibility	86
4.2.2 Analisis Tingkat Performance	90
4.2.2.1 Analisis tingkat Performance Variabel Reliability	91
4.2.2.2 Analisis tingkat Performance Variabel Keresponsifan	92
4.2.2.3 Analisis tingkat Performance Variabel Assurance	93
4.2.2.4 Analisis tingkat Performance Variabel Empaty	97
4.2.2.5 Analisis tingkat Performance Variabel Tangibility	100
4.2.3 Analisis Tingkat Kepuasan	104
4.2.3.1 Analisis Tingkat Kepuasan Variabe Reliability	105
4.2.3.2 Analisis Tingkat Kepuasan Variabe Keresponsifan ...	109
4.2.3.3 Analisis Tingkat Kepuasan Variabe Assurance	114
4.2.3.4 Analisis Tingkat Kepuasan Variabe Empaty	118
4.2.3.5 Analisis Tingkat Kepuasan Variabe Tangibility	123
4.3 STRATEGI PEMASARAN	134

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	143
5.1 KESIMPULAN	143
5.2 SARAN	148
DAFTAR PUSTAKA	152
LAMPIRAN 1	154
LAMPIRAN 2	160
LAMPIRAN 3	165
LAMPIRAN 4	169
LAMPIRAN 5	173
LAMPIRAN 6	175
LAMPIRAN 7	177

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Kantor cabang Bank BNI di Seluruh Indonesia	32
Tabel 3.2 Jumlah Nasabah Tabungan dan Deposito Bank BNI Cab UGM Yogyakarta	37
Tabel 4.1 Hasil uji validitas faktor importance.....	66
Tabel 4.2 Hasil uji validitas faktor Performance	67
Tabel 4.3 Hasil uji reliabilitas faktor importance	70
Tabel 4.4 Hasil uji reliabilitas faktor Performance	72
Tabel 4.5 Tingkat Importance nasabah untuk variabel reliability	79
Tabel 4.6 Tingkat Importance nasabah untuk variabel koresponsifan ..	81
Tabel 4.7 Tingkat Importance nasabah untuk variabel assurance.....	83
Tabel 4.8 Tingkat Importance nasabah untuk variabel empathy.....	86
Tabel 4.9 Tingkat Importance nasabah untuk variabel tangibility	88
Tabel 4.10 Rangkaian Tingkat Importance nasabah masing-masing variabel	89
Tabel 4.11 Tingkat performance nasabah untuk variabel reliability	92
Tabel 4.12 Tingkat performance nasabah untuk variabel koresponsifan ..	94
Tabel 4.13 Tingkat performance nasabah untuk variabel assurance.....	97
Tabel 4.14 Tingkat performance nasabah untuk variabel empathy...	100
Tabel 4.15 Tingkat performance nasabah untuk variabel tangibility	102
Tabel 4.16 Rangkaian Tingkat performance nasabah masing-masing variabel	104

Tabel 4.17 Perhitungan rata-rata performance dan importance variabel	
Reliability	106
Tabel 4.18 Perhitungan rata-rata performance dan importance	
variabel koresponsifan	110
Tabel 4.19 Perhitungan rata-rata performance dan importance	
variabel assurance	114
Tabel 4.20 Perhitungan rata-rata performance dan importance	
variabel empathy	119
Tabel 4.21 Perhitungan rata-rata performance dan importance	
variabel tangibility	124
Tabel 4.20 Perhitungan rata-rata performance dan importance	
seluruh variabel	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Value Chain/Rantai Nilai (Michael E. Porter)	19
Gambar 2.2	Sistem TQS	21
Gambar 2.3	Model umum untuk mengembangkan dan menggunakan kuisisioner untuk mengukur kepuasan Nasabah Gambar	26
Gambar 2.4	Kerangka pikir	29
Gambar 3.1	Bagan Struktur Organisasi PT. Bank BNI (PERSERO) TBK	33
Gambar 3.2	Bagan Struktur Organisasi Bank BNI Cabang UGM Yogyakarta Per 30 Juli 1999	40
Gambar 3.3	Diagram Kartesius	62
Gambar 4.2	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Variabel Reliability	107
Gambar 4.3	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Variabel keresponsifan	111
Gambar 4.4	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Variabel assurance	116
Gambar 4.5	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Variabel empathy	120
Gambar 4.6	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Variabel Tangibility	125
Gambar 4.7	Diagram Kartesius Tingkat importance – performance Pada Seluruh Variabel	129
Gambar 4.8	Tiga langkah dalam membangun strategi pemasaran	135