

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan suatu penelitian analisa yaitu penelitian survey yang bertujuan untuk mengumpulkan data, menyusun data, menganalisa data, menginterpretasikan data dan akhirnya pada kesimpulan yang didasarkan pada analisa data

4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah experimental studies, digunakan untuk menguji hipotesa untuk adanya hubungan variabel-variabel (hubungan sebab-akibat). Permasalahan dirumuskan dengan jelas dalam bentuk hipotesis dan percobaan dilakukan untuk menguji hipotesis tersebut (Marzuki,1989)

4.2 Lokasi Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah bank BNI dikantor cabang wilayah 05 Semarang Jln MT Haryono No 16

4.3 Populasi dan Sampel

4.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan kumpulan yang lengkap dari seluruh obyek penelitian.

Populasi dapat dibedakan menjadi dua antara lain (Sudjono, 1992) :

1. Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.
2. Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan populasi terhingga. Populasi tersebut diambil dari sebagian jumlah nasabah PT. Bank BNI Kantor cabang Semarang wilayah 05

4.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki (Marzuki, 1989) sampel adalah himpunan dari unsur-unsur yang sejenis atau universum. Metode pengambilan sampelnya menggunakan teknik accidental sampling yaitu, pemilihan sampel dari suatu populasi berdasarkan kemudahan dan ketersediaan sampel selama berlangsungnya pengambilan sampel tersebut. Dan terpilihnya tiap satuan elementer kedalam sampel harus benar-benar berdasarkan faktor kebetulan (chance), bebas dari subyektifitas orang lain.

Cara yang dilakukan dalam memperoleh responden dengan menanyakan terlebih dulu kepada nasabah apakah dirinya mau diambil sebagai sampel. Apabila nasabah sanggup dijadikan sampel maka kepadanya akan diberikan kuesioner.

Karena jumlah populasinya terhitung, maka dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan (10%)

Berdasarkan data jumlah nasabah PT. Bank BNI Kantor Cabang Semarang, jumlah populasi adalah 20.000 nasabah. Berdasarkan rumus diatas sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{20.000}{1 + 20.000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = 99,50 \text{ dibulatkan } 100$$

Pengambilan sampel 10% tidak 5%, sebab data sampel yang dapat ditolerir bisa 5% sampai dengan 10%, memilih 10% karena data yang dibutuhkan sesuai batas kelonggaran kesalahan yang digunakan, pengambilan data 10% sampel sudah mencapai angka 100 (100 responden) sehingga relatif datanya homogen karena nasabah bank populasinya terhitung, populasi yang homogen bisa diambil 10% batas kelonggaran kesalahan yang digunakan menurut perhitungan rumus Slovin diatas.

4.4 Jenis dan sumber data

4.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original melalui observasi, wawancara, maupun kuesioner (daftar pertanyaan).

Dalam penelitian ini, data primer akan diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang akan diisi oleh responden yang telah ditentukan oleh skala likert.

Skala likert yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, dalam hal ini setuju-tidak setuju. Nasabah yang menjadi responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah 5 kategori sebagai berikut :

- Sangat Setuju skor 5
- Setuju skor 4
- Ragu-ragu skor 3
- Tidak Setuju skor 2
- Sangat Tidak Setuju skor 1

4.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang relevan yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari literature yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini serta data yang berhubungan dengan perbankan tersebut.

4.5 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang dilakukan penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara yaitu komunikasi dua arah antara peneliti dengan nasabah PT. Bank BNI Kantor Cabang Semarang Wilayah 05 berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dengan mengadakan tanya jawab sesuai dengan koesioner yang dibuat

2. Koesioner

Koesioner adalah pertanyaan yang dibuat berhubungan dengan masalah dalam penelitian yang dibahas. Koesioner ini dipakai untuk mendokumentasikan informasi yang berkaitan dengan tanggapan tanggapan nasabah pengguna jasa atas pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Bank BNI Cabang Semarang wilayah 05

3. Observasi

Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung keobyek penelitian yaitu nasabah PT.BANK BNI Cabang Semarang 05

4.6.Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

4.6.1 Variabel Indipenden

- a). *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b). *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera atau membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.
- c). *Assurance* (keyakinan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan, keyakinan, dan keamanan.
- d). *Empathy* (empati) yaitu kepedulian, komunikasi yang baik, dan pemahaman terhadap konsumen.
- e). *Tangible* (berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

4.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah PT.Bank BNI cabang Semarang wilayah 05

4.7 Metode Analisis

4.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan kemampuan suatu instrumen dalam mengukur kebenaran hasil penelitian secara cermat dan tepat serta sekaligus membuktikan bahwa suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner valid digunakan dalam penelitian. Suatu instrumen atau tes pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya, atau dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. (Saifuddin aswar, 2001)

Pengujian validitas ini dilakukan menggunakan metode korelasi product moment dari Karl Pearson. Analisis korelasi ini berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Simbol dari besaran korelasi adalah r yang disebut koefisien korelasi, sedangkan simbol parameternya ρ (rho).

Uji ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 setelah diketahui bahwa kuesioner tersebut valid dan realibel. Nilai koefisien korelasi r berkisar antara -1 sampai dengan $+1$ yang kategori pemanfaatannya dijelaskan sebagai berikut (Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 1993) :

- a. Jika nilai $r > 0$ artinya telah terjadi hubungan linier positif, yaitu makin besar nilai variabel X (independen), makin besar pula nilai variabel Y (dependen).
- b. Jika nilai $r < 0$ artinya telah terjadi hubungan linier negatif, yaitu makin kecil nilai variabel X (independen), makin kecil pula nilai variabel Y (dependen)
- c. Jika nilai $r = 0$ artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X independen dengan variabel Y (dependen).
- d. Jika nilai $r = 1$ atau $r = -1$ telah terjadi hubungan linier sempurna yaitu berupa garis lurus.

Dengan rumus (Sutrisno Hadi, 1991) :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2) - (n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r_{xy} : Koefisien korelasi antara skor butir (x) dengan skor variabel (y)

N : Jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$: Jumlah skor butir (X)

$\sum y$: Jumlah skor variabel (Y)

$\sum x^2$: Jumlah skor butir (X) kuadrat

Besarnya r_{xy} dapat dihitung dengan menggunakan korelasi dengan taraf signifikansi 5 %. Jika $r_{xy} > r_{\text{tabel}}$ maka seluruh item dinyatakan valid.

4.7.1.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan atau deviasi yang mungkin disebabkan adanya berbagai faktor acak (*random factors*) dalam proses pengukuran (J Supranto, 2001). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kuesioner berkorelasi atau berinteraksi.

Rumus *Cronbach's Alpha* : (Saifuddin Aswar, 2001 : 78)

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right)$$

K = Banyaknya belahan tes

S_j^2 = Varians belahan j ; j = 1,2,...k

S_x^2 = Varians skor tes

Untuk memberi kemudahan dalam melakukan uji reliabilitas, maka dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 10.00. Suatu instrument dapat dikatakan reliabel (andal) apabila $\alpha >$ dari 0,6 (Singgih Santoso, 2001).

4.6 Teknik Analisis

4.8.1 Analisis Deskriptif

Yaitu analisis yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari responden, kemudian diinterpretasikan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan dalam pengambilan keputusan yang berpihak pada kriteria baik permasalahan atau keadaan dengan tabel distribusi frekuensi. Beberapa hal dari karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan, transaksi yang dilakukan, lama menjadi nasabah, dan kepemilikan rekening pada bank lain.

4.8.2 Analisis statistika

Yaitu analisis yang digunakan dengan menggunakan teknik statistika untuk menguji hipotesis yang diajukan.

4.8.2.1 Uji Asumsi Klasik

Agar model regresi yang diajukan menunjukkan persamaan yang memiliki hubungan valid BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), model tersebut harus memenuhi asumsi-asumsi dasar klasik *Ordinal Least Square* (OLS). Asumsi-asumsi tersebut adalah tidak terjadinya multikolinearitas (adanya hubungan antara variabel bebas), tidak ada heterokedastisitas (adanya varian yang tidak konstan dan faktor pengganggu), tidak terdapat autokorelasi (adanya hubungan residual observasi). Oleh karena itu, pengujian asumsi klasik perlu dilaksanakan.

1. Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti variabel terikat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi bahkan 1).

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari matriks korelasi antar variabel bebas.

Deteksi adanya multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) atau *tolerance value*. Batas *tolerance value* 0.10 atau batas VIF adalah 10 (Singgih Santoso, 2001). Apabila dari hasil analisis menunjukkan nilai VIF dibawah nilai 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas, sehingga model reliable sebagai dasar analisis.

2. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah asumsi yang sangat berkaitan dengan dependensi hubungan antar variabel. Heterokedastisitas berarti bahwa variabel terikat menunjukkan tingkat variance yang berbeda antara variabel prediktor (Singgih Santoso, 2001). Dalam model regresi diharapkan terjadi homokedastisitas, bila diabaikan maka terjadi heterokedastisitas.

Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilihat dari gambar kurva heterokedastisitas. Apabila titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di bawah atau di atas 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Atau dapat dilihat dari nilai sign variabel independen dengan absolut residual di atas 0.05 (Singgih Santoso, 2001).

3. Autokorelasi

Autokorelasi menunjukkan adanya kondisi yang berurutan antara gangguan atau distorbansi yang masuk dalam model regresi. Autokorelasi bisa disebut korelasi serial, yang dapat diartikan sebagai korelasi yang terjadi antara observasi yang terletak berdekatan secara serial dalam bentuk waktu atau korelasi antar tempat yang berdekatan bila datanya *error series*.

Uji yang digunakan adalah uji Durbin Watson. Uji Durbin Watson dihitung berdasarkan jumlah selisih kuadrat antara nilai taksiran faktor pengganggu yang berurutan (Singgih Santoso, 2001).

Tabel 3.6.2.1.1 Nilai Durbin-Watson

Durbin-Waston	Kesimpulan
Kurang dari 1.10	Ada korelasi
1.10-1.54	Tanpa kesimpulan
1.55-2.54	Tidak ada korelasi
2.55-2.90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 3	Ada korelasi

4.8.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel *tangibles* (X_1), variabel *reability* (X_2), variabel *responsiveness* (X_3), variabel *assurance* (X_4), dan variabel *empathy* (X_5) terhadap Kepuasan nasabah (Y)

Langkah-langkah perhitungan yang dilakukan :

1. Menentukan formulasi hipotesa nihil (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) :
2. Model Regresi

Model regresi linier berganda yang digunakan yaitu :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana :

Y = kepuasan nasabah

X_1 = Variabel *Tangibles*

b_1 = koefisien regresi X_1

X_2 = Variabel *Reliability*

b_2 = koefisien regresi X_2

X_3 = Variabel *Responsiveness*

b_3 = koefisien regresi X_3

X_4 = Variabel *Assurance*

b_4 = koefisien regresi X_4

X_5 = Variabel *Empathy*

b_5 = koefisien regresi X_5

3. Setelah itu, dilakukan dengan melaksanakan uji signifikansi terhadap nilai-nilai tersebut, yaitu dengan menggunakan :

1) Uji regresi secara keseluruhan dengan uji F

Menurut Anto Dajan (1986), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pelayanan jasa yang terdiri dari *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* secara menyeluruh mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Langkah pengujiannya sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, Kelima variabel pelayanan jasa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$, Kelima variabel pelayanan jasa secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

- b Mencari nilai F dari angka yang terdapat dalam tabel distribusi F untuk derajat kebebasan tertentu dan tingkat keyakinan (*confidence coefficient*) tertentu.

Derajat kebebasan (*degree of freedom*) dapat dicari dengan rumus:

$$df = k ; (n - k - 1)$$

Dimana ;

df = Derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Sedangkan nilai tingkat keyakinan (*confidence level*) ditentukan sebesar 95 %, yang berarti mentolerir kesalahan sebesar 5 % sehingga *confidence coefficient* sebesar 0,05.

- c. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang diperoleh dari tabel distribusi F. Satu hubungan yang dinyatakan signifikan apabila F_{hitung} adalah sama atau lebih besar dari angka atau nilai yang terdapat dalam tabel distribusi untuk derajat kebebasan tertentu yang diperoleh. H_0 akan diterima jika F terletak pada daerah penerimaan dan akan menolak H_0 jika F terletak diluar daerah penerimaan dengan hipotesis :

- H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$: Kelima variabel pelayanan jasa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: Kelima variabel pelayanan jasa secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) Uji regresi secara parsial dengan uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel jasa pelayanan secara individu dapat mempengaruhi kepuasan nasabah serta variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah (Anto Dayan, 1986).

Langkah pengujiannya sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0 \dots dst$, Variabel $X_1 \dots dst$ tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

$H_a : b_1 \neq 0 \dots dst$, Variabel $X_1 \dots dst$ mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Mencari nilai t dari angka yang terdapat dalam tabel distribusi t untuk derajat kebebasan tertentu dan tingkat keyakinan (*confidence coefficient*) tertentu.

Derajat kebebasan (*degree of freedom*) dapat dicari dengan rumus:

$$df = (n - k - 1)$$

Dimana ;

df = Derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = Variabel independen

Sedangkan nilai tingkat keyakinan (*confidence level*) ditentukan sebesar 95 %, yang berarti mentolerir kesalahan sebesar 5 % sehingga *confidence coefficient* sebesar 0,05.

3. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang diperoleh dari tabel distribusi t. Satu hubungan yang dinyatakan signifikan apabila t_{hitung} adalah sama atau lebih besar dari angka atau nilai yang terdapat dalam tabel distribusi untuk derajat kebebasan tertentu yang diperoleh. H_0 akan diterima jika t terletak pada daerah penerimaan dan akan menolak H_0 jika t terletak diluar daerah penerimaan dengan hipotesis :

- H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Variabel pelayanan jasa X_1, \dots, X_k tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$: Variabel pelayanan jasa X_1, \dots, X_k mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Deskriptive

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan per bulan, transaksi yang dilakukan, lama menjadi nasabah dan kepemilikan rekening lain. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 5.1

Tabel 5.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 54 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 46 persen responden berjenis kelamin Perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase

menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki cenderung yang dominan dalam mengambil keputusan di dalam rumah tangga dan responden laki-laki yang lebih banyak melakukan aktivitas di luar rumah. Sehingga penilaian kinerja dan kepentingan oleh mayoritas responden ini akan lebih *representatif* karena kelompok responden ini lebih mengerti tentang atribut-atribut produk Bank BNI Cabang Semarang.

b) Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih jasa perbankan. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 5.2 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 5.2
Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	27	27%
Swasta	47	47%
Pelajar / Mahasiswa	18	18%
Lainnya	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pegawai swasta, yaitu sebesar 47

persen (47 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain adalah pelajar / mahasiswa dengan jumlah responden sebesar 18 orang atau 18 persen, PNS sebesar 27 persen atau 27 orang, dan lainnya 8 orang atau 8 persen.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang adalah pegawai swasta. Hal ini disebabkan karena responden yang memiliki pekerjaan swasta dalam melakukan bisnisnya sangat membutuhkan jasa perbankan baik untuk menabung, dan maupun kredit, sehingga dapat memperlancar usahanya.

c) Tingkat Penghasilan

Tingkat penghasilan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih jasa perbankan yang biaya administrasinya rendah, sedangkan responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas pelayanannya dan biaya sebagai alternatif kedua. Tabel 5.3 menunjukkan distribusi tingkat penghasilan responden.

Tabel 5.3
Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp.500.000	14	14%
Rp. 500.001 – 2.000.000	31	31%
>Rp. 2.000.000	55	55%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 5.3 di atas menunjukkan bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas adalah antara Rp.2.000.001 yaitu sebesar 55 persen (55 orang). Sedangkan distribusi tingkat penghasilan yang lain yaitu antara Rp.500.001 – 2.000.000 yaitu sebesar 31 persen (31 orang), dan 14 persen atau 14 orang berpenghasilan kurang dari Rp. 5.00.000.

Mayoritas responden yang menggunakan jasa perbankan PT. BNI Kantor Cabang Semarang adalah berpendapatan menengah keatas, hal ini merupakan peluang bagi perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya karena telah dipercaya oleh nasabah yang berpendapatan tinggi.

d) Frekuensi Transaksi

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi transaksi dibagi menjadi 3 kelompok yaitu ; responden yang melakukan transaksi sebanyak kurang dari 3 kali, 3 – 5 kali dan lebih dari 5

kali. Tabel 5.4 menunjukkan distribusi frekuensi transaksi responden.

Tabel 5.4
Klasifikasi Responden berdasarkan Frekuensi Transaksi

Frekuensi Transaksi	Jumlah	Persentase
< 3 kali	32	32%
3 – 5 kali	48	48%
> 5 kali	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 5.4 diatas menunjukan bahwa mayoritas responden dalam bertransaksi sebanyak 3 – 5 kali yaitu sebesar 48% (48 orang). Sedangkan distribusi tingkat frekuensi transaksi yang lain yaitu < 3 kali sebesar 32% (32 orang) dan terakhir > 5 kali sebesar 20% (20 orang). Dari distribusi karakteristik responden berdasarkan tingkat frekuensi transaksi menunjukkan bahwa rsponden mayoritas melakukan transaksi sebanyak 3 – 5 kali, hal ini bisa menjadi bahan pertimbangan pihak bank untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar nasabah merasa mendapatkan perhatian, jaminan dan respon yang baik dari pihak bank.

e) Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih jasa PT. Bank BNI Cabang Semarang. Responden yang telah lama menggunakan jasa

perbankan ini telah merasakan setiap perubahan kualitas pelayanan yang diberikan dan telah menunjukkan loyalitasnya untuk menjadi nasabah bank tersebut, sementara bagi nasabah yang belum lama, belum memperoleh pengalaman yang lebih banyak tentang keunggulan dan kelemahan bank tersebut. Tabel 5.5 menunjukkan distribusi lama responden menjadi nasabah Bank BNI cabang Semarang.

Tabel 5.5
Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
< 6 bulan	16	16%
6 bulan – 1 tahun	31	31%
1 > tahun	53	53%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 5.5 di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas lebih dari 1 tahun telah menjadi nasabah Bank BNI Cabang Semarang yaitu sebesar 53 persen (53 orang). Sedangkan responden lain telah menjadi nasabah selama 6 bulan – 1 tahun sebanyak 31 orang atau 31%, dan kurang dari 6 bulan sebanyak 16 orang atau 16%.

Mayoritas responden telah lama menjadi nasabah Bank BNI Cabang Semarang, hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat loyal terhadap Bank BNI, karena kualitas pelayanan yang diberikan

lebih baik dibandingkan dengan bank-bank lain yang ada di daerah Semarang.

g) Kepemilikan Rekening Pada Bank Lain

Karakteristik responden berdasarkan kepemilikan rekening pada bank lain dibagi menjadi 2 kelompok yaitu ; responden yang melakukan mempunyai rekening di bank lain dan tidak punya rekening di bank lain.

Tabel 5.6
Klasifikasi Responden berdasarkan Kepemilikan Rekening di Bank Lain

Frekuensi Transaksi	Jumlah	Persentase
Ya	36	36%
Tidak	64	64%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak mempunyai rekening di bank lain yaitu sebesar 64% (64 orang). Sedangkan yang mempunyai rekening di bank lain yaitu sebesar 36% (36 orang). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat loyal terhadap Bank BNI, karena nasabah telah mendapatkan kepuasan apabila melakukan transaksi di Bank BNI Kantor Cabang Semarang dibandingkan bertransaksi di bank lain.

5.2 Deskriptive Variabel Penelitian

Deskriptive variabel tangible, realibility, responsiveness, assurance dan empathy skor penilaian dari masing-masing variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut. Nilai skor setiap atribut sesuai skala *Likert* yang dipakai adalah 1 sampai 5, sehingga dari lima atribut kualitas pelayanan jasa dapat diperoleh skala penilaian minimal sampai maksimal dari penilaian responden. Penilaian tersebut akan dimasukkan dalam kategori minimal (tidak baik) sampai maksimal (sangat baik). Norma untuk menyatakan penilaian dari hasil kuesioner adalah dengan membuat interval sebagai berikut:

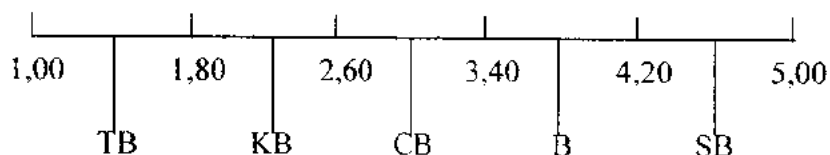
Skor maksimal: $5 \times 5 = 25$

Skor minimal: $1 \times 1 = 1$

Interval: $\frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$

→	1,00 – 1,79	tidak baik (TB)
→	1,80 – 2,59	kurang baik (KB)
→	2,60 – 3,39	cukup baik (CB)
→	3,40 – 4,19	baik (B)
→	4,20 – 5,00	sangat baik (SB)

atau dalam gambar dapat kita lihat seperti di bawah ini:



a. Variabel Tangibles (X_1)

Variabel Tangibles terdiri 4 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Tangibles.

Tabel 5.7
Penilaian Variabel Tangibles
Variabel *Tangibles* (X_1)

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	4	4%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	6	6%
2,60 sd 3,39	Ragu - ragu	44	44%
3,40 sd 4,19	Setuju	41	41%
4,00 s/d 5,00	Sangat Setuju	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 5.7 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, yang sebanyak 4 orang atau 4% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang atau 6% menyatakan tidak setuju, 44 orang atau 44% menyatakan ragu - ragu, 41 orang atau 41% menyatakan Setuju dan 5 orang atau 5% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel *Tangibles* mempunyai kecenderungan nilai yang cukup, hal ini disebabkan karena keadaan fisik, fasilitas, peralatan dan busana karyawan kurang memuaskan nasabah.

b. Variabel Realibility (X_2)

Variabel keandalan terdiri 4 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Realibility.

Tabel 5.8
Penilaian Variabel Realibility

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	3	3%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	2	2%
2,60 sd 3,39	Ragu – ragu	6	6%
3,40 sd 4,19	Setuju	31	31%
4,20 s/d 5,00	Sangat Setuju	58	58%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 5.8 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 3 orang atau 3% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju, sedangkan 6 orang atau 6% menyatakan ragu - ragu, 31 orang atau 31% menyatakan setuju dan 58 orang atau 58% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel *Realibility* mempunyai kecenderungan nilai yang sangat tinggi, ini disebabkan karena nasabah telah memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan.

c. Variabel Responsiveness (X_3)

Variabel Responsiveness terdiri 4 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Responsiveness.

Tabel 5.9
Penilaian Variabel Responsiveness

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	1	1%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	0	0%
2,60 sd 3,39	Ragu - ragu	3	3%
3,40 sd 4,19	Setuju	38	38%
4,20 sd 5,00	Sangat Setuju	58	58%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2005

Berdasarkan Tabel 5.9 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada yang menyatakan tidak setuju, sedangkan 3 orang atau 3% menyatakan ragu - ragu, 38 orang atau 38% menyatakan setuju dan 58 orang atau 58% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel *Responsiveness* mempunyai kecenderungan nilai yang sangat tinggi, ini disebabkan karena karyawan tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan dengan cepat, dan birokrasi yang mudah.

d. Variabel Assurance (X_4)

Variabel Assurance terdiri 4 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Assurance.

Tabel 5.10
Penilaian Variabel Assurance

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	1	1%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	2	2%
2,60 sd 3,39	Ragu - ragu	11	11%
3,40 sd 4,19	Setuju	41	41%
4,20 sd 5,00	Sangat Setuju	45	45%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 5.10 diatas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 45 orang atau sebesar 45% menyatakan sangat setuju, sedangkan sebanyak 41 orang atau sebesar 41% menyatakan setuju. Distribusi yang lain adalah responden yang menjawab ragu - ragu sebanyak 11 orang atau sebesar 11%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 2% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 1%. Dengan demikian menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel *Assurance* mempunyai kecenderungan nilai yang sangat tinggi, ini disebabkan karena karyawan mendapatkan jaminan keamanan dalam melakukan transaksi, karyawan melayani dengan ramah, memberikan penjelasan dengan detail dan jelas serta karyawan menguasai bidangnya secara profesional.

e. Variabel Emphaty (X_5)

Variabel Emphaty terdiri 4 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Emphaty.

Tabel 5.11
Penilaian Variabel Emphaty

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	2	2%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	3	3%
2,60 sd 3,39	Ragu - ragu	17	17%
3,40 sd 4,19	Setuju	54	54%
4,20 sd 5,00	Sangat Setuju	24	24%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 5.11 diatas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah sebagai responden yang diambil sebagai sampel mayoritas menjawab setuju atas pernyataan yang berhubungan dengan *Emphaty* pada PT. Bank BNI Kantor Cabang Semarang, hal ini dibuktikan dengan jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 54%, dan sangat setuju sebanyak 24 orang atau sebesar 24%. Distribusi yang lain adalah responden yang menjawab ragu - ragu sebanyak 17 orang atau sebesar 17%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 3% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 2%. Dengan demikian menunjukkan bahwa nasabah Bank BNI Kantor Cabang Semarang mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi terhadap empati karyawan terhadap para nasabah.

f. Variabel Kepuasan nasabah (Y)

Variabel Kepuasan nasabah terdiri 7 butir pertanyaan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Kepuasan nasabah.

Tabel 5.12
Penilaian Variabel Kepuasan nasabah

Interval	Penilaian	Jumlah	%
1,00 sd 1,79	Sangat Tidak Setuju	0	0%
1,80 sd 2,59	Tidak Setuju	0	0%
2,60 sd 3,39	Ragu - ragu	1	1%
3,40 sd 4,19	Setuju	43	43%
4,20 sd 5,00	Sangat Setuju	56	56%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 5.12 diatas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 56 orang atau sebesar 56% menyatakan sangat setuju terhadap nilai Kepuasan yang didapatkan pada pelayanan Bank BNI Cabang Kantor Semarang, sedangkan 43 orang atau sebesar 43% menyatakan sangat setuju. Distribusi yang lain adalah responden yang menjawab ragu - ragu sebanyak 1 orang atau sebesar 1%, dan masing – masing tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Semarang mendapatkan nilai kepuasan yang sangat tinggi.

5.3 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif biasanya digunakan untuk menganalisis suatu masalah agar dapat memberikan gambaran secara kongkrit sehingga keputusan dapat diambil secara lebih pasti.

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji t, uji f dan uji β . Model analisis regresi linear berganda ini dipilih

untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5), terhadap Kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank BNI Kantor Cabang Semarang .

5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan r_{tabel} . Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} pada level signifikan 5% yaitu 0,165. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 5.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	R tabel	Keterangan
Bukti Langsung	X1.1	0.554	0.196	Valid
	X1.2	0.724	0.196	Valid
	X1.3	0.790	0.196	Valid
	X1.4	0.793	0.196	Valid
Keandalan	X2.1	0.716	0.196	Valid
	X2.2	0.736	0.196	Valid
	X2.3	0.870	0.196	Valid
	X2.4	0.807	0.196	Valid
Daya Tanggap	X3.1	0.621	0.196	Valid
	X3.2	0.693	0.196	Valid
	X3.3	0.712	0.196	Valid
	X3.4	0.678	0.196	Valid
Jaminan	X4.1	0.744	0.196	Valid
	X4.2	0.912	0.196	Valid
	X4.3	0.886	0.196	Valid
	X4.4	0.868	0.196	Valid
Empati	X5.1	0.603	0.196	Valid
	X5.2	0.808	0.196	Valid
	X5.3	0.845	0.196	Valid
	X5.4	0.815	0.196	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1	0.692	0.196	Valid
	Y2	0.909	0.196	Valid
	Y3	0.692	0.196	Valid
	Y4	0.913	0.196	Valid
	Y5	0.749	0.196	Valid
	Y6	0.909	0.196	Valid
	Y7	0.858	0.196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari Tabel 4.13 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 4 butir pertanyaan untuk variabel Tangibles, 4 butir pertanyaan untuk Realibility, 4 butir pertanyaan untuk Responsiveness, 4 butir pertanyaan untuk Assurance, 4 butir pertanyaan untuk Tangible dan 7 butir pertanyaan

untuk variabel kepuasan nasabah. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

5.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5.14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Tangibles	0,6826	0,6	Reliabel
Realibility	0,7872	0,6	Reliabel
Responsiveness	0,6201	0,6	Reliabel
Assurance	0,8759	0,6	Reliabel
Emphaty	0,7730	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,9263	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,6826 untuk variabel Tangibles. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Tangibles merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk koefisien alpha pada variabel Realibility sebesar 0,7872. Variabel ini

dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai variabel Realibility merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk variabel Responsiveness, besarnya koefisien alpha adalah 0,6201. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Responsiveness merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk variabel Assurance, besarnya koefisien alpha adalah 0,8759. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Assurance merupakan pertanyaan yang reliabel. Dan untuk variabel Emphaty, besarnya koefisien alpha adalah 0,7730. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Tangible merupakan pertanyaan yang reliabel. Sedangkan untuk variabel Kepuasan nasabah, besarnya koefisien alpha adalah 0,9263. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Kepuasan nasabah merupakan pertanyaan yang reliabel. Dari keenam hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara

menyeluruh quisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

5.4.1 Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian statistik, model persamaan regresi yang diajukan sudah memenuhi syarat. Tetapi agar model persamaan tersebut dapat diterima secara ekonometrik maka harus memenuhi asumsi klasik antara lain multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti terikat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi bahkan 1). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dilakukan dengan meregresikan bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Cara menguji tidak adanya multikolinieritas dapat dilihat pada *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)*. Jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.15
Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Tangibles (X_1)	1,202	Tidak terjadi multikolinieritas
Realibility (X_2)	1,292	Tidak terjadi multikolinieritas
Responsiveness (X_3)	1,157	Tidak terjadi multikolinieritas
Assurance (X_4)	1,358	Tidak terjadi multikolinieritas
Emphaty (X_5)	1,337	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan tabel 5.15 di atas nilai VIF variabel bebas yang terdiri dari Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5) besarnya kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa pada persamaan regresinya tidak terjadi multikolinieritas

2) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedasitas adalah asumsi yang sangat berkaitan dg dependensi hubungan antar variabel. Heterokedastisitas berarti bahwa variabel terikat menunjukkan tingkat variance yang berbeda antara variabel prediktor (Singgih Santoso,2001).

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan mempergunakan metode *Rank Spearman*. Hasil perhitungan terlihat pada rincian sebagai berikut:

Tabel 5.16
Ikhtisar Korelasi antara Residual Variabel Bebas dengan
Critical Value untuk Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Korelasi Rs	Prob.	Keterangan
X ₁ dan Residual	0.038	70.6%	Tdk Terjadi Heteroskedastisitas
X ₂ dan Residual	0.057	57.3%	Tdk Terjadi Heteroskedastisitas
X ₃ dan Residual	0.029	77.6%	Tdk Terjadi Heteroskedastisitas
X ₄ dan Residual	0.029	77.5%	Tdk Terjadi Heteroskedastisitas
X ₅ dan Residual	0.000	99.9%	Tdk Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2005

Dari perhitungan pada Tabel 5.16 di atas probabilitas variabel bebas berkorelasi dengan residual dibandingkan dengan 5% (batas kesalahan yang ditolerir α), jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditolelir yaitu 0,05 maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari nilai 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas. Berarti pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena besarnya nilai probabilitas variabel bebas berkorelasi dengan residual seluruhnya lebih besar dari 0,05.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi menunjukkan adanya kondisi yang berurutan antara gangguan atau disturbansi yg masuk dalam regresi.

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan dengan pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji Dw), dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 5.17
Pengukuran Autokorelasi

Dw	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada autokorelasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,54	Tidak ada autokorelasi
2,55 sampai dengan 2,90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 3,00	Ada autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk mencari ada atau tidaknya autokorelasi dengan melakukan uji Durbin Watson (DW), dan diperoleh hasil DW_{hitung} sebesar 1,681. Berdasarkan Tabel 5.17 DW_{hitung} terletak diantara 1,55 sampai dengan 2,46. Dengan demikian DW jatuh pada daerah tidak ada autokorelasi, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi dalam model.

5.4.2 Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), Emphaty (X_5), dan Kepuasan nasabah (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 11.00. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik.

Estimasi Regresi Linear Berganda

Tabel 5.18

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.538	.325		1.656	.101
	Tangible	.144	.057	.179	2.527	.013
	Realibility	.189	.055	.251	3.409	.001
	Responsiveness	.256	.064	.279	4.012	.000
	Assurance	.210	.061	.258	3.429	.001
	Empaty	.171	.059	.217	2.985	.005

a. Dependent Variable: jumлкеp

Pada Tabel 5.18 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,538 + 0,144X_1 + 0,189X_2 + 0,256X_3 + 0,210X_4 + 0,171X_5$$

Dalam persamaan regresi diatas, konstanta (Y) adalah sebesar 0,538. Maka berarti jika tidak ada variabel Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty, maka tidak ada yang mempengaruhi Kepuasan nasabah tetap sebesar 0,538 satuan.

Variabel Tangibles (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien positif sebesar 0,144. Berarti bila kualitas pelayanan pada Tangibles (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,144 dengan anggapan variabel Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Tangibles (X_5), tetap. Dengan Sig t sebesar 0,013 yang jauh dibawah 0,05 maka angka tersebut dinyatakan nilai yang

signifikan. Variabel Tangibles mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah.

Variabel Realibility (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,189. Berarti apabila Realibility (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,189 dengan anggapan variabel Tangibles (X_1), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Tangibles (X_5), tetap. Dengan sig t sebesar 0,001 berada dibawah 0,05 maka angka tersebut dinyatakan nilai signifikan. Variabel Realibility mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah.

Variabel Responsiveness (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,256. Berarti apabila Responsiveness (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,256 dengan anggapan Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Assurance (X_4), dan Tangibles (X_5), tetap. Dengan Sig t sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05 maka angka tersebut dinyatakan nilai signifikan. Variabel Assurance mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah.

Variabel Assurance (X_4) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,210. Berarti apabila Assurance (X_4) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,210 dengan anggapan Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), dan

Tangible (X_5) tetap. Dengan Sig t sebesar 0,001 berada dibawah 0,05 maka angka tersebut dinyatakan nilai signifikan. Variabel Assurance mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah.

Variabel Tangibles (X_5) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,171. Berarti apabila Tangibles (X_5) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,171 dengan anggapan Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), dan Assurance (X_4) tetap. Dengan Sig t sebesar 0,005 yang berada dibawah 0,05 maka angka tersebut dinyatakan nilai signifikan.

1) Pengujian Hipotesisi Pertama (Uji F)

Tabel 5.19

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.145	5	3.029	29.014	.000(a)
	Residual	9.814	94	.104		
	Total	24.959	99			

a Predictors: (Constant), tangible, reliability, responsive, assurance, empathy

b Dependent Variable: kepuasan

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel dari Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BNI Kantor Cabang Semarang. Uji F digunakan untuk melihat keberartian pengaruh antara variabel *independent* atau variabel bebas secara

serentak terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat yaitu dengan membandingkan F_{hitung} yang dihasilkan oleh regresi linear berganda dengan F_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$).

Dalam analisis regresi linear berganda menunjukkan semua variabel bebas, yaitu Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Emphaty (X_5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah yang bertransaksi di Bank BNI Kantor Cabang Semarang. Ini dibuktikan dengan F_{hitung} yang dihasilkan sebesar 29,014 lebih besar dari F_{Tabel} dengan DF Regresion = 5 dan DF Residual = 94 maka didapat F_{Tabel} 2,3113. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Semarang.

Dengan demikian hipotesis pertama terbukti ada pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan jasa bank yang meliputi (Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada jasa Bank BNI Kantor Cabang Semarang.

2.)Koefesien Determinasi (R^2)

Tabel 5.20

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779(a)	.607	.586	.32311	1.681

a Predictors: (Constant), tangible,realibilty,responsive,assurance,empaty

b Dependent Variable: kepuasan

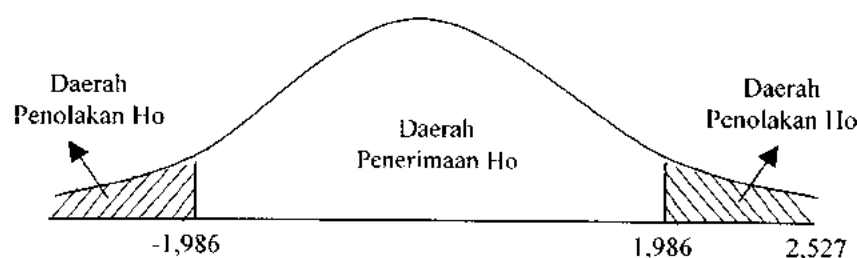
Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi ganda atau R^2 . Pada Tabel 4.14 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (R^2) = 0,607 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 60,7% sisanya sebesar 39,3% menggambarkan besarnya variabel tidak bebas dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak teramati dalam penelitian ini.

3).Pengujian Hipotesis Kedua

Analisis dari hasil uji parsial (uji t) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat dapat dilihat dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} yang didapat dari masing-masing variabel bebasnya dengan menggunakan taraf signifikan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan derajat kebebasan ($DF=N-k-1=100 - 5 - 1 =94$) diperoleh t tabel sebesar 1,986. Sedangkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada koefisien determinasi (beta). Nilai Beta yang paling besar menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Untuk variabel Tangibles (X_1) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,527 dan t_{Tabel} sebesar 1,986 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Tangibles berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan pada dimensi Tangibles maka akan semakin meningkat Kepuasan nasabahnya. Untuk memperjelas

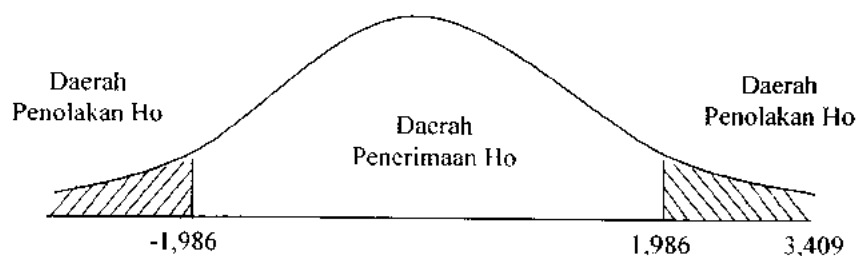
daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.1 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Tangibles

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Tangibles terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien Beta yaitu sebesar 0,179. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Tangibles sebesar 17,9%.

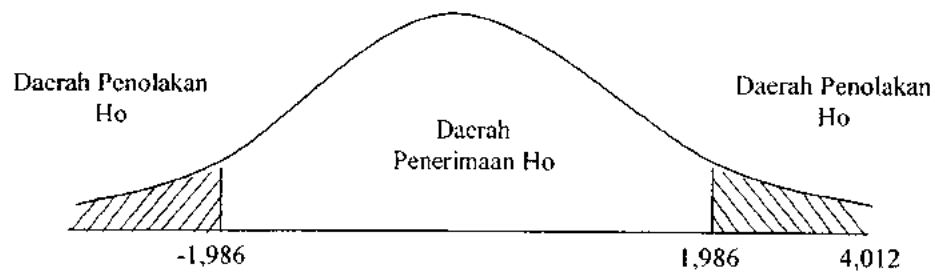
Untuk variabel Realibility (X_2) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 3,409 dan t_{Tabel} sebesar 1,986 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Realibility berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Semarang. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada dimensi Realibility maka akan semakin meningkat Kepuasan nasabahnya. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.2 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Realibility

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Realibility terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien Beta yaitu sebesar 0,251. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Realibility sebesar 25,1%.

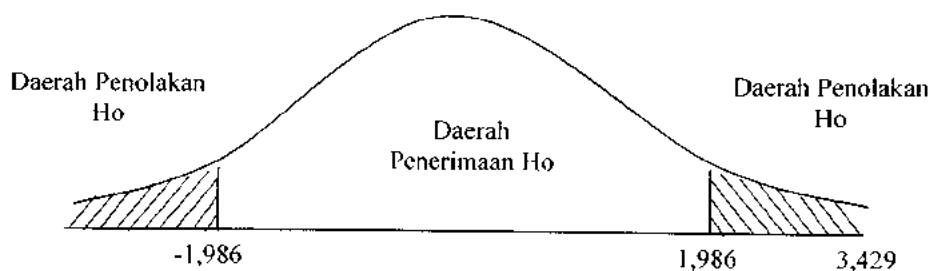
Untuk variabel Responsiveness (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 4,012 dan t_{Tabel} sebesar 1,986 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Responsiveness berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi Responsiveness maka akan semakin meningkat Kepuasan nasabahnya. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 5.3 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Responsiveness

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Responsiveness terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien Beta yaitu sebesar 0,279. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Responsiveness sebesar 27,9%.

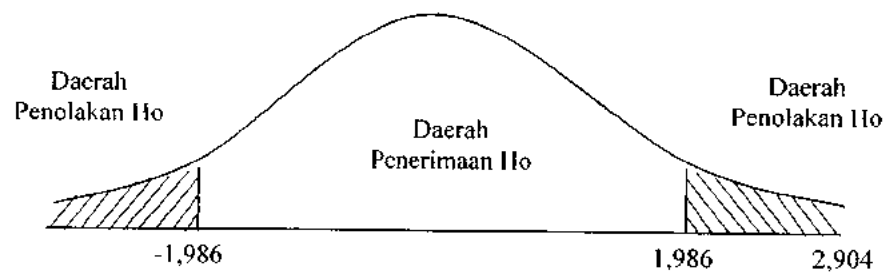
Untuk variabel Assurance (X_4) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 3,429 dan t_{Tabel} sebesar 1,986 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Assurance berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada dimensi Assurance maka akan semakin meningkat Kepuasan nasabahnya. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 5.4 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Assurance

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Assurance terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien Beta yaitu sebesar 0,258. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Assurance sebesar 25,8%.

Untuk variabel Emphaty (X_5) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,904 dan t_{Tabel} sebesar 1,986 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Emphaty berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada dimensi Emphaty maka akan semakin meningkat Kepuasan nasabahnya. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 5.5 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Tangibles

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Tangibles terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien Beta yaitu sebesar 0,217. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Tangibles sebesar 21,7%.

Dari analisis kelima variabel tersebut diatas Beta terbesar ditunjukkan oleh variabel Responsiveness (X_3) sebesar 0,279. Dengan demikian untuk membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel Responsiveness (X_3) mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan nasabah, terbukti atau diterima.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa bank BNI Kantor Cabang Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah karena kelima variabel bebas yang terdiri dari Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang secara simultan dan bermakna. Terlihat dari hasil perhitungan F_{hitung} yang dihasilkan sebesar $29,014 > F_{tabel} 2,3113$ dengan taraf Sig 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sedangkan koefisien determinasi ganda (R^2) sebesar 0,607, hal ini berarti kelima variabel bebas tersebut mempunyai kontribusi sebesar 60,7% terhadap Kepuasan nasabah pada jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang, sedangkan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian .
2. Hipotesis kedua menyatakan variabel responsiveness mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan nasabah terbukti. Hal ini dapat dilihat pada koefisien beta dari variabel responsiveness (X_3) mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,279. Artinya Kepuasan Nasabah dapat

dijelaskan oleh kualitas pelayanan pada dimensi Responsiveness sebesar 27,9%. Nilai ini paling besar jika dibandingkan koefisien beta variabel yang lain, yaitu Realibility (X_2) sebesar 25,1%, Tangibles (X_1) sebesar 17,9%, Assurance (X_4) sebesar 25,8% dan Emphaty (X_5) sebesar 21,7%.

6.2 SARAN

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pengguna jasa bank BNI Kantor Cabang Semarang berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Terbuktiknya variabel Responsiveness merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada jasa bank Bank BNI Kantor Cabang Semarang, maka sebaiknya pihak manajemen bank harus memprioritaskan peningkatan pada dimensi ini, karena puas tidaknya nasabah dalam melakukan transaksi sangat ditentukan oleh besar-kecilnya Responsiveness yang diberikan perusahaan. Langkah yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah, menampung dan menanggapi keluhan nasabah, dan menciptakan birokrasi yang mudah dan sederhana.

Selain dimensi responsiveness, pihak manajemen juga harus meningkatkan pada dimensi yang lain. untuk memperoleh keseimbangan kualitas pelayanan seperti peningkatan pada dimensi Realibility, Emphaty, Assurance dan Tangibles, karena faktor-faktor ini secara nyata juga berpengaruh terhadap nasabah.

Dari lokasi penelitian penulis mendapatkan beberapa informasi tambahan dari beberapa nasabah yang memiliki keluhan tentang sarana parkir dan antrian yang kurang baik yang biasanya terjadi pada waktu tertentu terutama pada hari senin, meningkatnya nasabah yang datang sehingga ruang parkir kendaraan tidak cukup menampung seluruh kendaraan , pada musim hujan kantor sering banjir sehingga mengganggu nasabah dalam melakukan transaksi, selain itu manajemen harus memperhatikan beberapa fasilitas seperti wc yang kurang nyaman untuk digunakan , gedung yang harus dicat kembali agar terlihat lebih indah, hal –hal tersebut sebaiknya harus diperhatikan oleh pihak manajemen untuk memaksimalkan pelayanannya terhadap nasabah