

2.9 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan sebuah elemen abstrak yang sangat sukar untuk didefinisikan, dijabarkan dan diukur dibandingkan dengan kualitas barang. Penilaian kualitas layanan perusahaan adalah dengan menilai persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterimanya. Adapun definisi dari kualitas pelayanan adalah:

“Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.
(Wyckof, dalam Tjiptono, 2004: 59).

Defenisi lain kualitas pelayanan menurut Kotler adalah:

“Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri, sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan konsumen”.
(Kotler, 1986).

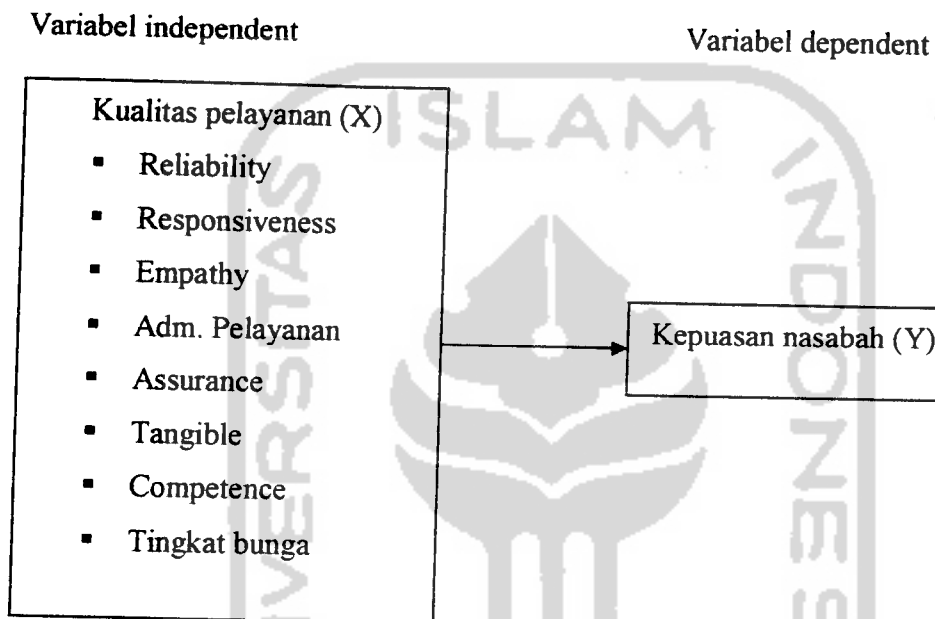
Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan memberikan dorongan pada konsumen untuk menjalin suatu hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan mereka.

Kualitas layanan akan dinilai oleh konsumen. Perusahaan hendaknya menentukan suatu tolak ukur rencana kualitas produk dari tiap dimensi kualitasnya. Dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml (1996) dalam

2.13 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2

Skema kerangka pemikiran



2.14 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini akan diajukan hipotesis berupa anggapan sementara yang berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian yakni:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI (Persero) cabang Cik Ditiro Yogyakarta.
2. Dimensi kualitas pelayanan yang berupa *reliability* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI (Persero) cabang Cik Ditiro Yogyakarta.

2. Menentukan level signifikasi dengan menggunakan F tabel
3. Mencari F hitung dengan rumus:

$$F_h = \frac{KRR}{KRS} \text{ atau}$$

$$F_h = \left(\frac{b_1 \sum yx_1 + \dots + b_k \sum yx_k}{k} \right) : \left(y^2 - \frac{b_1 \sum yx_1 + \dots + b_k \sum yx_k}{n-k-1} \right)$$

Keterangan:

F_h : Hasil uji F

KRR : Kuadrat rerata regresi

KRS : Kuadrat rerata simpangan

K : Banyaknya variabel x

$n-k-1$: Derajat kebebasan simpangan

4. Mengambil keputusan

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, atau

Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika angka signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

Uji Hipotesis Dengan Uji parsial atau Uji t

1. Membuat Formulasi Hipotesis

$H_0 : b_i = 0$

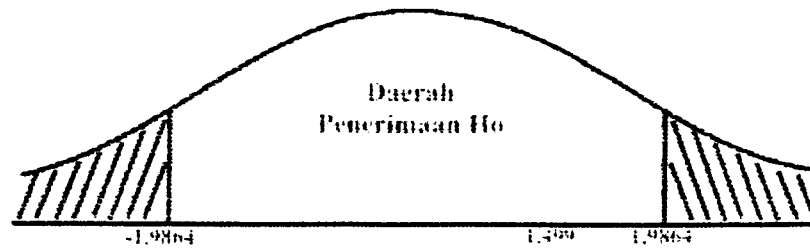
4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Penggunaan alat statisti Regresi berganda mensyaratkan dilakukan pengujian asumsi klasik. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi akan menyebabkan bias pada hasil penelitian. Asumsi klasik yang perlu di uji adalah Multikolinier, Autokorelasi dan Heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Multikolinier

Uji multikolinier dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen kurang dari 10 menunjukkan bahwa , korelasi antar variabel independen masih bisa ditolerir (Gujarati, 1995).

Berdasarkan analisis, tidak ada variabel independen dalam penelitian yang memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih dari 10. Dengan demikian hasil analisis menunjukkan tidak ada masalah multikolinier. Variabel *reliability* memiliki nilai VIF 1,486. Variabel *responsiveness* memiliki nilai VIF sebesar 1,658. Variabel *empathy* memiliki nilai VIF sebesar 1,675. Variabel administrasi pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 1,939. Variabel *assurance* memiliki nilai VIF sebesar 1,413. Variabel *tangible* memiliki nilai VIF sebesar 1,609. Variabel *competence* memiliki nilai VIF sebesar 1,501. Variabel tingkat bunga memiliki nilai VIF sebesar 1,425. Nilai dari tiap-tiap VIF bisa dilihat pada tabel dibawah ini.



Gambar 4.8 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Tingkat bunga

Sedangkan besarnya pengaruh variabel tingkat bunga terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,024. Artinya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel tingkat bunga sebesar 2,4%.

Sedangkan koefisien determinasi ganda (R^2) sebesar 0,743, hal ini berarti kedelapan variabel bebas tersebut mempunyai kontribusi sebesar 74,3% terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Cik Ditiro Yogyakarta, sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh atribut bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

3. Hipotesis kedua menyatakan variabel reliability mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah terbukti. Hal ini dapat dilihat dari koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel (X_1) mempunyai nilai terbesar yaitu 0,124. Artinya kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pada variabel reliability sebesar 12,4%. Nilai ini paling besar jika dibandingkan koefisien korelasi determinasi parsial variabel lain, yaitu responsiveness (X_2) sebesar 5,2%, empathy (X_3) sebesar 8,3%, administrasi pelayanan (X_4) sebesar 5%, assurance (X_5) sebesar 5,5%, tangible (X_6) sebesar 7,8%, competence (X_7) sebesar 6,9% dan tingkat bunga (X_8) sebesar 2,4%.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disampaikan beberapa saran yang mungkin dijadikan sebagai bahan pertimbangan demi kemajuan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Yogyakarta

1. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, karena