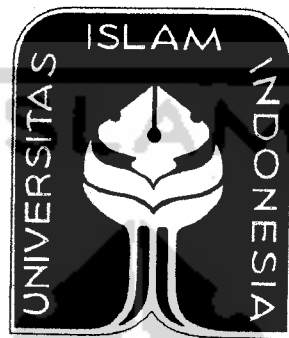


Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari

Pengaruh Total Quality Service



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

oleh:

Nama : Muhammad Azhar Firdaus

Nomor Mahasiswa : 03311082

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2007

**Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari
Pengaruh *Total Quality Service***



oleh:

Nama : Muhammad Azhar Firdaus
Nomor Mahasiswa : 03311082
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2007

Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari

Pengaruh *Total Quality Service*

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 : Muhammad Azhar Firdaus

Nomor Mahasiswa : 03311082

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2007

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, 25 Juni 2007

Penulis,



Muhammad Azhar Firdaus

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari
Pengaruh *Total Quality Serrvice*

Nama : Muhammad Azhar Firdaus

Nomor Mahasiswa : 03311082

Program studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 25 Juni 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing,

Amrah di ayi hu

[Signature]

(Drs. Albari, M.Si)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen
Ditinjau Dari Pengaruh Total Quality Service**

Disusun Oleh: MUHAMMAD AZHAR FIRDAUS
Nomor mahasiswa: 03311082

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 18 Juli 2007

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Albari, M.Si

Penguji : Drs. Sumadi, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Ghai Ishak, M.Bus, Ph.D

MOTTO :

**"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan. "Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap"
(Q.S Al-Insyirah : 6-8)**

**"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal, ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui"
(Q.S Al-Baqarah : 216)**

"Manusia senantiasa akan tetap berada di jalan lurus selama dia memiliki rasa takut, ketika rasa takut hilang, dia pasti tersesat jalan"

"Anggaplah sebagai kebahagiaan apabila kita mampu menghadapi ujian Allah SWT, dengan ujian itu akan berbuah pahala keimanan yang besar kepada Allah SWT"

**" Pelajarilah ilmu
Barang siapa mempelajarinya karena Allah itu taqwa
Menuntutnya, itu ibadah
Mengulang - ulangnya itu tasbih
Membalasnya, itu jihad
Mengajarkanya pada orang yang tidak tahu, itu sedekah
Memberikanya kepada ahlinya
Itu mendekatkan diri kepada Allah "**
(abusy Syaikh Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Barr, Hya Al Ghozali)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ *Kedua orang tuaku yang karena cinta, kasih sayang bimbingan dan doa mereka, skripsi ini dapat diselesaikan*
- ❖ *Adik-adikku, terima kasih.*
- ❖ *Teman-teman serta sahabat-sahabat baikku*

ABSTRAK

Skripsi ini mengangkat judul "Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republik Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Pengaruh Total Quality Service". Secara garis besar membahas mengenai pengaruh positif total quality service terdiri dari lima dimensi yaitu : fokus pada pelanggan (customer focus), keterlibatan total (total involvement), pengukuran (measurement), dukungan sistematis (systematic support), dan perbaikan berkesinambungan (continious improvment) yang diberikan BMT Republik Kabupaten Kebumen terhadap kepuasan nasabah yang menabung

Populasi yang diteliti adalah seluruh nasabah yang menabung di BMT Republik Kabupaten Kebumen. Sedangkan sampel yang digunakan adalah sebanyak 96 responden. Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling, di mana sampelnya adalah setiap nasabah menabung yang telah selesai melakukan transaksi di kantor BMT Republik Kabupaten Kebumen. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisioner.

Variabel yang digunakan adalah total quality service dengan kelima dimensinya sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah yang menabung sebagai variabel dependen.

Metode pengolahan data dan analisis menggunakan analisis regresi berganda, analisis uji asumsi klasik statistik dan analisis determinan.

Pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 5%. Sedangkan untuk mengukur validitas dan reliabilitas alat ukur yang mana dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, maka dipilih rumus Product Moment dan Alpha Croncbach. Dan selanjutnya untuk menguji hasil penelitian menggunakan alat bantu, yaitu program pengolah data SPSS Version 12.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada hasil regresi linier berganda menunjukkan kelima dimensi total quality service yang terdiri : fokus pada pelanggan (customer focus), keterlibatan total (total involvement) pengukuran (measurement), dukungan sistematis (systematic support), dan perbaikan berkesinambungan (continious improvment) memiliki pengaruh positif yang berbanding lurus terhadap kepuasan nasabah. Dengan menggunakan uji koefisien determinasi parsial, maka diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif paling dominan terhadap kepuasan nasabah adalah variabel dimensi fokus pada pelanggan (customer focus) dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 0,144, sedangkan variabel dengan pengaruh yang paling kecil adalah variabel dimensi dukungan sistematis (systematic support) dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 0,079.

Kata kunci: Dimensi Total Quality Service, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahil'alamin dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Adapun dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Pengaruh *Total Quality Service*" ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada :

1. Bapak Dr. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D. selaku Dekan FE UII.
2. Bapak Drs. Zaenal Arifin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Drs. Albari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran dengan tulus, ikhlas, dan kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, atas segala yang telah diberikan.

5. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Triyono Sudarmadji dan Ibunda Anni Juwairiyah yang telah memberikan bantuan, dorongan, doa serta kasih sayang yang sangat besar selama ini.
6. Kedua adikku, Rifki Haifany Rakhman dan Maya Safira Firdausi
7. Bapak Drs. Suprayitno selaku pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen
8. Para staff dan pengurus BMT Republika Kabupaten Kebumen, terutama kepada Bapak Ahmad Mudzakir dan Ibu Kristiana Marahastuti yang telah memberi banyak bantuan kepada Penulis selama mencari data untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Para responden yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk mengisi kuisisioner
10. Buat di keluarga di Kebumen, baik keluarga di Jl. Veteran, Karang Sari, Mega Biru, serta seluruh keluarga di Jl. Kusuma terima kasih atas motivasi dan dukungannya
11. Buat keluarga Pakde Sigit di Sleman, terima kasih juga atas dukungan dan bantuannya
12. Teman-teman seperjuangan bikin skripsi : Angga, Bimo, Mursito, Arif, Ginanjar, Suker, Yopi, dan yang belum ku sebut satu per satu, aku ucapin makasih buanyak. Buat Tomy, thanks ya, atas ilmunya selama ini, terutama sekali ilmu SPSS-nya, semoga bisa sebagai ilmu yang bermanfaat dan menjadi amal jariyah yang pahalanya tidak ada putus-putusnya

13. ” Khadafi BOARDING HOUSE ” . Khadafi ”Pak Kos” (cepat balik Jogja, ya), Pak Riyadi and si kecil Ibrahim, Rizal (thanks, ya atas ilmu microsoft wordnya, semoga ilmunya bermanfaat, dan menjadi amal jariyah yang pahalaya tidak putus-putus), Yusak, Fitra , Aktiva , Syarif , Beno and Jarwo’ (kuliah yang bener), Lukman, Aldi, Mr Laitef, Tisto, Agus, Adi (ngobrol dong....), Ancak, Wawan (Sory ye gak bisa wisuda bareng.)
14. Buat Linkin Park dan Good Charlotte, thanks ya atas hiburannya selama mengetik skripsi
15. Serta kepada seluruh pihak-pihak lain di manapun berada, yang tidak dapat Penulis sebutkan satu-persatu, namun secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi
- Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan kontribusi referensi bagi ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca.
- Wassalamu’alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 25 Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vi
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Abstraksi.....	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel	xviii
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran.....	xx
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Batasan dan Asumsi Masalah.....	6

1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.2. Manajemen Pemasaran	10
2.3. Pengertian Jasa.....	12
2.4. Bauran Pemasaran Jasa.....	12
2.5. Pengertian <i>Total Quality Service</i>	17
2.5.1 Fokus pada Pelanggan.....	18
2.5.2 Keterlibatan Total.....	18
2.5.3 Pengukuran.....	19
2.5.4 Dukungan Sistematis.....	20
2.5.5 Perbaikan Berkesinambungan.....	21
2.6. Kepuasan Pelanggan.....	23
2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	23
2.6.2 Pengukuran Kepuasan	23
2.7. Kerangka Teoritis	24
2.8. Formulasi Hipotesis.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	27
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32

3.2.1	Data Primer.....	32
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	35
3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.4.1	Uji Validitas.....	36
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.5.	Skala Pengukuran.....	38
3.6.	Analisis Deskriptif.....	39
3.7.	Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik Statistik.....	40
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.7.2	Uji Asumsi Klasik Statistik.....	41
3.7.2.1	Multikolinieritas.....	42
3.7.2.2	Autokorelasi.....	43
3.7.2.3	Heteroskedastisitas.....	45
3.8.	Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....	47
3.9.	Uji Hipotesis.....	49
3.9.1	Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F).....	49
3.9.2	Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	50
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	52

3.9.4 Koefisien Determinasi Parsial.....	53
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.1.1 Hasil uji Validitas.....	54
4.1.2 Hasil uji Reliabilitas.....	57
4.2. Deskripsi variabel penelitian.....	58
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik	
Statistik.....	62
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.2.1 Multikolinieritas.....	66
4.3.2.2 Autokorelasi.....	69
4.3.2.3 Heteroskedastisitas.....	72
4.4 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon	74
4.5 Pengujian Hipotesis.....	77
4.5.1 Uji F	77
4.5.2 Uji t.....	79
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi.....	82
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	83
4.6 Pembahasan Penelitian	86

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Dimensi <i>total quality service</i> beserta masing-masing indikatornya.....	22
4.1. Hasil uji validitas pada variabel dimensi <i>total quality service</i>	55
4.2. Hasil uji validitas pada variabel dimensi kepuasan nasabah.....	56
4.3. Hasil uji reliabilitas.....	58
4.4. Rata-rata jawaban pada variabel dimensi <i>total quality service</i>	59
4.5. Rata-rata jawaban pada variabel kepuasan nasabah.....	60
4.6. Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda.....	63
4.7. Hasil uji Multikolinieritas	67
4.8. Hasil uji Durbin Watson untuk uji Autokorelasi.....	71
4.9. Hasil uji peringkat Wilcoxon	75
4.10. Hasil uji F.....	79
4.11. Hasil uji t.....	81
4.12. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	83
4.13. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Parsial	84
4.14. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25
4.1. Gambar Scatterpolt untuk uji asumsi klasi Heteroskesdastisitas.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuisisioner
- Lampiran II : Hasil uji validitas dan reliabilitas
- Lampiran III : Rekapitulasi jawaban 96 responden pada variabel dimensi *total quality service*
- Lampiran IV : Rekapitulasi jawaban 96 responden pada variabel kepuasan nasabah
- Lampiran V : Frekuensi dan rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi *total quality service*
- Lampiran VI : Frekuensi dan rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah
- Lampiran VII : Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda
- Lampiran VIII: Hasil uji klasik statistik
- Lampiran IX : Hasil uji peringkat Bertanda Wilcoxon

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Layanan jasa perbankan merupakan layanan jasa yang sudah tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia dalam menunjang aktivitas ekonomi mereka. Sebelum terjadi krisis ekonomi di Indonesia, perkembangan dunia perbankan konvensional tumbuh dengan pesat. Hal ini didorong oleh berbagai kebijaksanaan dari Pemerintah yang memberikan peluang tumbuhnya bank dan meningkatnya kualitas perbankan. Seperti kebijaksanaan deregulasi 1 Juni 1983 dan dilanjutkan dengan adanya deregulasi sektor keuangan 27 Oktober 1988 (pakto 27) dan 20 Desember 1988 (pakdes 20) di mana dengan adanya kebijaksanaan tersebut telah mendorong berdirinya bank-bank baru milik swasta sekaligus meningkatkan persaingan antar bank (Martono, 2002). Pertumbuhan dan persaingan bank konvensional selanjutnya diiringi dengan timbulnya krisis moneter dan ekonomi di Indonesia yang dimulai pada pertengahan tahun 1997 yang telah meluluhlantakkan seluruh sendi-sendi perekonomian nasional. Pasca krisis ekonomi dan krisis moneter di Indonesia, maka sistem perbankan syariah mulai menunjukkan perkembangannya. Hal ini didorong oleh dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang mengatur mengenai lembaga keuangan yang berbasis syariah. Undang-undang tersebut merupakan hasil revisi dari undang-undang sebelumnya, yaitu UU No. 7 tahun 1992.

Lembaga keuangan berbasis syari'ah yang pertamakali berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan bank umum Islam.

Perkembangan perbankan syari'ah semakin pesat ketika pada bulan Desember tahun 2003, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa bahwa bunga bank merupakan riba, sehingga hukumnya adalah haram (www.tempointeraktif.com, Desember 2003). Dikeluarkannya fatwa ini mendorong sebagian dari umat Islam di Indonesia mulai meninggalkan jasa perbankan konvensional yang selama ini telah digunakan dalam menunjang aktivitas ekonomi mereka. Begitu juga dengan sebagian umat Islam di Kabupaten Kebumen yang juga telah mulai meninggalkan jasa perbankan konvensional. Namun, keinginan mereka terbentur oleh kondisi di mana belum adanya bank sya'riah yang beroperasi Kabupaten Kebumen. Maka, menabung di BMT merupakan pilihan yang diambil oleh masyarakat Kabupaten Kebumen yang ingin meninggalkan sistem bunga yang selama ini dianut oleh bank konvensional. BMT merupakan kependekan dari *Baitul Maal Wattamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara harfiah *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha (Ridwan, 2004). Berdasarkan arti dari kependekan BMT tersebut, maka pengertian BMT adalah organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT terlihat pada definisi *baitul maal*. Sebagai lembaga sosial, *baitul maal* harus mampu berperan secara profesional pada upaya-upaya meliputi pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf, dan sumber

dana-dana sosial yang lain, dan upaya pengalokasian zakat kepada golongan yang paling berhak menerima zakat sesuai dengan yang telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999. Sedangkan sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yaitu menghimpun dana serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan (Ridwan, 2004). Salah satu BMT yang telah lama berdiri serta dikenal secara luas oleh masyarakat di Kabupaten Kebumen adalah BMT Republika yang telah resmi mendapat izin usaha sejak tanggal 10 Januari 2002. BMT Republika Kabupaten Kebumen yang kantornya beralamat di Jalan H.M Sarbini No. 25 Kabupaten Kebumen, sampai dengan saat ini, dipimpin oleh Bapak Drs. Suprayitno.

Keberhasilan sebuah organisasi dalam merealisasikan tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sasarnya (Tjiptono, 2006). Hal tersebut dimaksudkan sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pelanggan yang lebih efektif dan efisien daripada pesaingnya. Demikian juga dengan perusahaan yang menyediakan layanan jasa.

Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan jasa kepada nasabahnya, maka sangat penting bagi BMT untuk dapat menyediakan pelayanan yang berkualitas agar dapat memuaskan para pelanggannya. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan pelanggan adalah nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Sedangkan yang dimaksud dengan

pengertian kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional pelanggan terhadap kinerja dari suatu jasa tertentu. (Lovelock dan Wright, 2005).

Pada hakekatnya, sektor jasa berkembang pesat memainkan peranan yang semakin besar dalam perekonomian. Seiring dengan meningkatnya persaingan dan semakin kuatnya posisi konsumen, tuntutan akan kualitas jasa juga semakin besar. Manfaat utama yang diharapkan dapat terwujud melalui implementasi konsep ini adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, efektifitas dan efisiensi, laba, pangsa pasar, serta modal dan semangat karyawan.

Ada beberapa alternatif pendekatan yang digunakan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang bermutu serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Salah satu pendekatan tersebut menurut Stamatis dalam Tjiptono (2004) adalah *total quality service*. Stamatis dalam Tjiptono (2004) mendefinisikan *total quality service* sebagai suatu sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Stamatis dalam Tjiptono (2004) membagi *total quality service* menjadi lima dimensi, yaitu: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan. Masing-masing dari setiap dimensi *total quality service* memiliki indikator tersendiri yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis terdorong untuk mengadakan penelitian dengan judul: *Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Pengaruh Total Quality Service.*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh positif *total quality service* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, sistem pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen?
2. Dimensi *total quality service* manakah yang memiliki pengaruh positif yang paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen?
3. Adakah perbedaan antara persepsi nasabah terhadap *total quality service* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1 Untuk menganalisis pengaruh positif *total quality service* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, sistem pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen
- 2 Untuk menetapkan dimensi *total quality service* yang memiliki pengaruh positif yang paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.
3. Untuk menetapkan perbedaan antara persepsi nasabah terhadap *total quality service* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen

1.4 Batasan dan Asumsi Masalah

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan pembatasan dan penetapan asumsi. Batasan masalah dan asumsi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah :

1. Responden yang menjadi obyek adalah nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen
2. Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan responden hanya dibatasi pada *total quality service* yang terdiri dari lima dimensi, yaitu: fokus

pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan.

3. Faktor-faktor lain di luar kelima dimensi *total quality service* tersebut, misalnya: mengenai jenis produk jasa yang ditawarkan, sistem bagi hasil, serta lokasi kantor BMT Republika Kabupaten Kebumen dianggap sudah baik dan memuaskan nasabah yang menabung, sehingga tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan:

Dengan adanya penelitian ini maka dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan mengenai tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen apabila ditinjau dari dimensi *total quality service*, sehingga dapat memberikan bahan pertimbangan dan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan dalam memberikan pelayanan bagi para nasabahnya.

2. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah untuk dapat diaplikasikan dalam kasus yang nyata.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh laba. Sebenarnya kegiatan pemasaran telah dilakukan jauh sebelum bagian-bagian diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Tujuan dari pemasaran adalah untuk membuat penjualan berlebihan untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga suatu produk, baik barang maupun jasa cocok bagi konsumennya, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya (Kotler dan Armstrong, 1997). Dalam kegiatan ini perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usaha tersebut terus berjalan atau adanya pandangan yang baik dari konsumen terhadap perusahaan untuk dapat memahami bagaimana pemasaran jasa itu perlu diketahui terlebih dahulu pengertian pemasaran itu sendiri.

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (1997) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

2.2 Manajemen Pemasaran

Dalam mencapai sasarnya, perusahaan harus menghadapi perubahan, seperti perubahan tingkat, waktu, serta komposisi pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menerapkan manajemen pemasaran dengan baik untuk mengantisipasi berbagai perubahan yang terjadi.

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai tujuan organisasi (Kotler dan Armstrong, 1996).

Dari definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, yang memiliki cakupan terhadap barang, jasa, dan gagasan yang tergantung pada pertukaran, dan dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Terdapat lima konsep alternatif yang melandasi aktivitas pemasaran dalam organisasi (Kotler dan Armstrong, 1997), yaitu:

1. Konsep Produksi

Konsep produksi adalah konsep yang menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dengan harga yang terjangkau. Konsep ini menyatakan bahwa manajemen harus berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efisiensi distribusi

2. Konsep Produk

Konsep produk adalah konsep yang menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk dengan mutu dan kinerja terbaik disertai dengan sifat dari produk yang inovatif. Konsep ini menyatakan bahwa organisasi harus mencurahkan energi untuk terus-menerus melakukan perbaikan produk.

3. Konsep Penjualan

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk dalam jumlah yang cukup, apabila organisasi tidak mengadakan usaha penjualan dan promosi dengan skala yang besar.

4. Konsep Pemasaran

Konsep yang menyatakan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta penyampaian kepuasan yang didambakan itu lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing.

5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Konsep yang menyatakan bahwa organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran serta menyerahkan kepuasan yang didambakan itu secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaing dengan cara yang memelihara atau memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

2.3 Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai dengan jasa sebagai suatu produk (Lupiyoadi, 2001). Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Kotler dan Armstrong (1997) menyatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan ataupun produksinya bisa juga tidak terkait pada suatu produk fisik. Sedangkan Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa jasa adalah semua aktifitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip intangibel bagi pembeli pertamanya.

Dari berbagai definisi di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang. Jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

2.4 Bauran Pemasaran Jasa

Pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan meliputi harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan

perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997).

Bauran pemasaran pada produk terdiri dari empat elemen yaitu : harga (*price*), tempat (*place*), produk (*product*), dan promosi (*promotion*). Bauran pemasaran jasa juga memiliki keempat elemen bauran pemasaran produk, namun ditambah dengan tiga elemen lagi, yaitu orang (*people*), proses (*process*), dan *customer service*. Sehingga, dalam pemasaran jasa terdapat tujuh elemen bauran pemasaran (Lupiyoadi, 2001). Ketujuh elemen dari bauran pemasaran jasa tersebut adalah :

1. *Product*

Produk adalah keseluruhan konsep obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Fokus utama terhadap pembahasan mengenai produk adalah kualitas. Kualitas merupakan kombinasi yang didasarkan pada tiga faktor (Tjiptono, 2004), yaitu :

- a. Karakteristik kualitas

Karakteristik output dari suatu proses yang penting bagi pelanggan. Karakteristik kualitas menuntut pemahaman mengenai pelanggan dalam segala hal.

- b. Karakteristik kunci dari kualitas

Karakteristik kunci dari kualitas merupakan karakteristik kualitas yang paling penting. Karakteristik kunci dari kualitas harus didefinisikan

secara operasional dengan jalan mengkombinasikan pemahaman mengenai pelanggan dengan pemahaman mengenai proses.

c. Variabel kunci dari proses

Variabel kunci dari proses adalah komponen-komponen proses yang memiliki hubungan sebab akibat yang cukup besar dengan karakteristik kunci dari kualitas, sehingga manipulasi dan pengendalian variabel kunci dari proses akan mengurangi variasi karakteristik kunci dari kualitas dan atau mengubah levelnya menjadi karakteristik kualitas atau karakteristik kunci dari kualitas.

2. *Pricing*

Harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk jasa (Kotler dan Armstrong, 1997). Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen serta mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Hal terpenting dalam proses penetapan harga adalah keputusan yang diambil harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan (Lupiyoadi, 2001).

3. *Place*

Place dalam pemasaran jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis (Lupiyoadi, 2001)

4. *Promotion*

Promotion adalah intensif-intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan sebuah produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 1997). Sedangkan *promotional mix* atau bauran promosi adalah bauran dari pemasangan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat-alat pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran (Kotler dan Armstrong, 1997). Terdapat lima bauran promosi dalam pemasaran jasa (Lupiyoadi, 2001) yaitu :

a. Pemasangan iklan (*advertising*)

Pemasangan iklan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi yang dilakukan secara non-personal yang memerlukan biaya tentang gagasan mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh sponsor melalui media massa.

b. Penjualan personal (*personal selling*)

Penjualan personal adalah presentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan baik dengan pelanggan.

c. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan adalah insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian terhadap suatu produk jasa.

d. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat merupakan suatu cara yang ditempuh oleh perusahaan supaya dapat memperoleh publisitas yang menguntungkan, dengan tujuan untuk membangun citra perusahaan yang bagus.

e. Pengaruh dari mulut ke mulut (*word of mouth influence*)

Word of mouth influence merupakan komunikasi pribadi antara pelanggan sasaran dengan orang-orang yang memiliki hubungan dengannya, seperti tetangga, teman, anggota keluarga, serta rekannya (Kotler, 1997). Berbeda dengan keempat bauran promosi di atas, *word of mouth influence* merupakan saluran komunikasi personal yang memiliki bobot yang penting terhadap produk jasa. Para pengguna layanan terhadap produk jasa tidak hanya mengandalkan sumber dari media massa, tetapi juga berasal dari opini orang-orang yang dianggap memiliki pengetahuan (Kotler, 1997).

5. *People*

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, *people* memiliki fungsi sebagai penyedia jasa yang sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa pada *people* ini berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia (Lupiyoadi, 2001)

6. *Process*

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal, pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal lain yang

bersifat rutin, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada pelanggan (Lupiyoadi, 2001)

7. *Customer service*

Customer service pada pemasaran jasa dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, di mana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. *Customer service* meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, meliputi pelayanan pra-transaksi, saat transaksi, dan paska transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, oleh karena itu, kegiatan pendahulunya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respons yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi (Lupiyoadi, 2001).

2.5 Pengertian *Total Quality Service*

Stamatis dalam Tjiptono (2004) mendefinisikan *total quality service* sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Stamatis dalam Tjiptono (2004) membagi *total quality service* menjadi lima dimensi, di mana masing-masing dari setiap dimensi tersebut memiliki indikator tersendiri yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

2.5.1 Fokus pada pelanggan (*customer focus*)

Identifikasi terhadap pelanggan merupakan prioritas utama. Apabila hal ini telah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Indikator yang digunakan pada dimensi fokus pada pelanggan adalah :

1. Fasilitas fisik yang dimiliki oleh perusahaan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan ketika proses pemberian layanan berlangsung.

2. Kebutuhan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi melalui produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Keinginan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa perusahaan telah dapat memenuhi apa yang diinginkannya selama menggunakan jasa perusahaan tersebut.

2.5.2 Keterlibatan total (*total involvement*)

Keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen juga harus mendelegasikan tanggung jawab

dan wewenang penyempurnaan proses kerja pada mereka yang secara aktual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan.

Indikator yang digunakan pada dimensi keterlibatan total adalah :

1. Pengetahuan karyawan

Indikator ini menunjukkan pelanggan merasa bahwa karyawan telah memiliki penguasaan serta wawasan yang baik terhadap produk jasa yang ditawarkan.

2. Sikap pimpinan

Indikator ini menunjukkan pelanggan merasa bahwa pimpinan perusahaan bersedia untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menangani masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

3. Sikap karyawan

Indikator ini menunjukkan pelanggan merasa karyawan telah menunjukkan sikap yang baik ketika memberikan pelayanan.

2.5.3 Pengukuran (*measurement*)

Dimensi pengukuran memiliki tujuan pokok untuk menyusun ukuran-ukuran dasar, baik internal, maupun eksternal bagi organisasi maupun pelanggan. Unsur-unsur pengukuran terdiri atas:

1. Menyusun ukuran proses dan hasil.
2. Mengidentifikasi output dari proses-proses kinerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan.
3. Mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.

Indikator yang digunakan pada dimensi pengukuran adalah :

1. Standardisasi kinerja

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa perusahaan telah memiliki standar mengenai cara pemberian pelayanan. Pelayanan yang telah distandardisasikan akan menghasilkan kualitas yang sama pada setiap pelanggannya.

2. Pengoreksian penyimpangan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa perusahaan dapat melakukan koreksi terhadap penyimpangan yang terjadi, baik pada saat pemberian layanan, maupun pada saat pemberian pelayanan tersebut selesai.

2.5.4 Dukungan Sistematis (*systematic support*)

Dimensi dukungan sistematis mengandung arti bahwa manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara:

1. Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal.
2. Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti: sistem pelayanan, manajemen kinerja, serta komunikasi.

Indikator yang digunakan pada dimensi dukungan sistematis adalah :

1. Sistem pemberian pelayanan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa sistem pelayanan yang diterapkan memudahkannya dalam memperoleh layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

2. Komunikasi dengan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa perusahaan mampu menjalin komunikasi yang baik dengan dengan pelanggannya, baik pada saat menyampaikan informasi mengenai layanan jasa yang ditawarkan, maupun selama pemberian layanan jasa tersebut.

2.5.5 Perbaikan Berkesinambungan

Dimensi perbaikan berkesinambungan memiliki arti bahwa setiap orang dalam perusahaan memiliki tanggung jawab untuk:

1. Memandang semua pekerjaan sebagai satu proses.
2. Mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan pemasaran dari perusahaan tersebut.
3. Mendorong dan dengan senang hati menerima umpan balik dari pelanggan, tanpa adanya rasa takut dan khawatir.

Indikator yang digunakan pada dimensi perbaikan berkesinambungan adalah :

1 Menerima masukan dari pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa diberi kesempatan untuk memberi masukan kepada perusahaan.

2. Mengantisipasi perubahan

Indikator ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa perusahaan mampu menghadapi setiap perubahan kebutuhan dari para pelanggannya dengan baik, serta perusahaan selalu memberitahukan perubahan yang terjadi kepada para pelanggannya.

Secara ringkas, kelima dimensi *total quality service* beserta masing-masing indikatornya dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1
Dimensi *Total Quality Service* beserta masing-masing indikatornya

Dimensi	Indikator
Fokus pada pelanggan (<i>customer focus</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas fisik yang dimiliki oleh perusahaan • Kebutuhan pelanggan • Keinginan pelanggan
Keterlibatan total (<i>total involvement</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan karyawan • Sikap pimpinan • Sikap karyawan
Pengukuran (<i>measurement</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Standardisasi kinerja • Pengoreksian penyimpangan
Dukungan sistematis (<i>systematic support</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem pelayanan yang diterapkan memberi kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses layanan yang diberikan • Komunikasi dengan pelanggan
Perbaikan berkesinambungan (<i>contonious improvment</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima masukan dari pelanggan • Mengantisipasi perubahan

2.6 Kepuasan pelanggan

Untuk memperoleh laba dalam jangka panjang, maka setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus menerapkan *market orientation*. *Market orientation* merupakan falsafah bisnis di mana tujuan perusahaan pada laba jangka panjang terletak pada kepuasan konsumen (Kotler dan Armstrong, 1997). Untuk dapat menerapkan *market orientation* tersebut, maka perusahaan harus mempertahankan pelanggan yang sudah ada saat ini.

2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Definisi dari kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional pelanggan terhadap kinerja dari suatu jasa tertentu (Lovelock dan Wright, 2005). Menurut Mowen dan Minor (2002), kepuasan pelanggan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Swan dalam Tjiptono (2006) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakaiannya.

2.6.2 Pengukuran Kepuasan

Pada umumnya, pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara membandingkan antara harapan dengan kinerja sesungguhnya. Apabila kinerja sesungguhnya melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas, bila kinerja sesungguhnya sama dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas, serta bila kinerja sesungguhnya di bawah harapan, maka pelanggan

akan merasa kecewa (Mowen dan Minor, 2002). Namun, pada penelitian ini, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara mengukur secara langsung pengaruh positif dari kelima dimensi *total quality service* terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi dari *total quality service* tersebut adalah : fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan. Masing-masing dari kelima dimensi tersebut memiliki indikator tersendiri yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan beberapa definisi dari kepuasan pelanggan yang telah dijelaskan pada halaman sebelumnya.

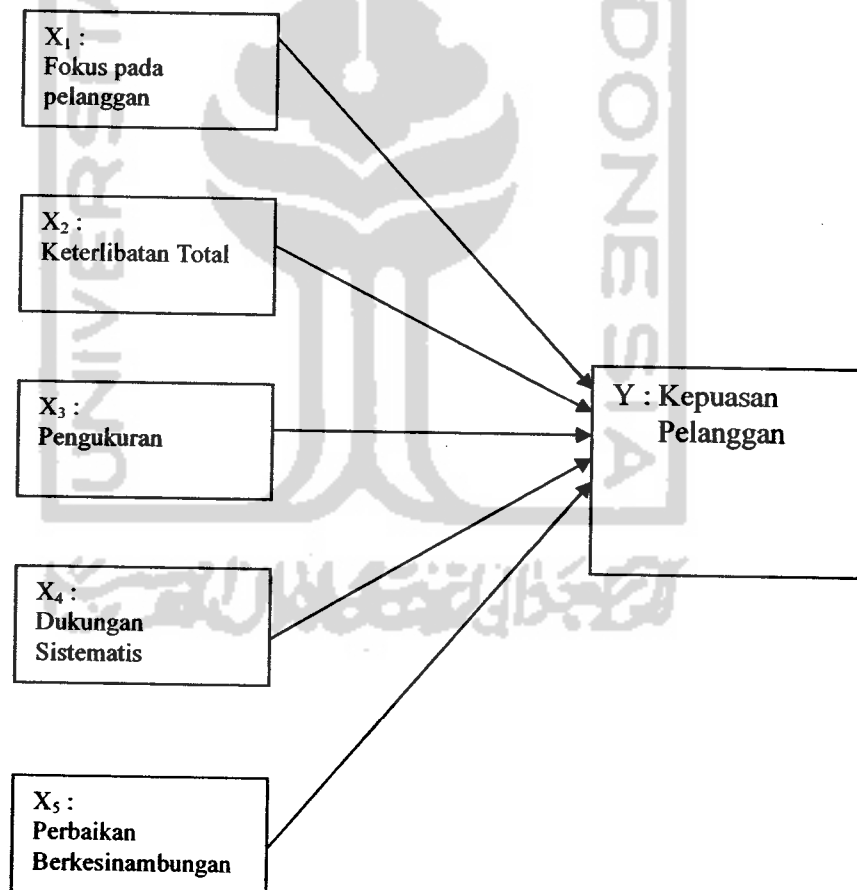
2.7 Kerangka Teoritis

Berdasarkan landasan teori mengenai *total quality service* dan kepuasan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dimensi *total quality service* terhadap kepuasan pelanggan, serta menetapkan dimensi *total quality service* yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Adapun kerangka pemikiran secara sistematis dapat dilihat Gambar 2.1.

Menurut Stamatis (1996), dari Gambar 2.1 dapat diketahui bahwa variabel *total quality service* yang terdiri dari lima dimensi yaitu: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5), memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh positif

penerapan dimensi *total quality service* terhadap kepuasan pelanggan, serta menetapkan dimensi *total quality service* yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar 2.1
Konsep Total Quality Service
Sumber : Stamatis (1996)



2.8 Formulasi Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan belum teruji yang menjelaskan suatu fakta atau fenomena jawaban masalah penelitian, berdasarkan telaah konsep-konsep teoritis yang perlu diuji secara empiris (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Dalam penelitian ini, penulis membuat suatu kesimpulan sementara yang berupa hipotesis yaitu:

1. Diduga dimensi *total quality service* yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan (X_5) berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan nasabah (Y) yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.
2. Diduga dimensi *total quality service* yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.
3. Diduga terdapat perbedaan antara persepsi nasabah terhadap dimensi *total quality service* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel berisi penjelasan mengenai variabel-variabel dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *total quality service*, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan responden (nasabah). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert

Untuk lebih memperjelas dan menyamakan pengertian tentang variabel yang diukur beserta masing-masing indikatornya, serta skala pengukuran yang digunakan, maka diberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen disebut juga dengan variabel yang diduga sebagai sebab (*presumed cause variable*), variabel yang mendahului (*antecedent variable*), serta variabel konsekuensi (*consequent variable*) (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Dalam penelitian ini yang dijadikan penulis sebagai variabel independen adalah *total quality service*. Terdapat lima dimensi pada variabel *total quality service*, di mana setiap dimensi memiliki indikator tersendiri yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta terdapat satu dimensi *total quality service* yang ditetapkan sebagai dimensi yang pengaruh positifnya paling

besar terhadap kepuasan. Variabel *total quality service* sebagai variabel independen disimbolkan dengan huruf X, yaitu: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan (X_5).

Kelima dimensi *total quality service* beserta masing-masing indikatornya digunakan untuk mengukur pengaruhnya secara positif terhadap kepuasan responden (nasabah). Adapun kelima dimensi *total quality service* beserta masing-masing indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a. Fokus pada pelanggan

Dimensi ini mengandung arti bahwa melakukan identifikasi terhadap pelanggan merupakan prioritas utama. Apabila hal ini telah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

1. Nasabah merasa fasilitas dalam kantor BMT Republika Kebumen telah mendukung kenyamanan selama proses pemberian layanan berlangsung.
2. Nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi melalui produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen.
3. Nasabah merasa bahwa kualitas jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen telah sesuai dengan keinginannya.

b Keterlibatan total

Keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen juga harus mendelegasikan tanggung jawab dan wewenang penyempurnaan proses kerja pada mereka yang secara aktual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

1. Nasabah merasa bahwa karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memiliki penguasaan pengetahuan dan wawasan yang baik mengenai produk jasa dan layanan yang diberikan
2. Nasabah merasa karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan
3. Nasabah merasa pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen memiliki kesediaan untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapinya

c. Pengukuran

Dimensi pengukuran memiliki tujuan pokok untuk menyusun ukuran-ukuran dasar, baik internal, maupun eksternal bagi

organisasi maupun pelanggan Unsur-unsur yang terdapat pada dimensi pengukuran adalah: menyusun ukuran proses dan hasil, mengidentifikasi output dari proses-proses kinerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan, serta mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.

Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

1. Nasabah merasa standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen dalam memberikan pelayanan sudah baik
 2. Nasabah merasa BMT Republika Kabupaten Kebumen selalu berusaha melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang ada pada jasa yang ditawarkan
- d. Dukungan sistematis

Dukungan sistematis mengandung arti bahwa manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara: membangun infrastuktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal, dan menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti: sistem pelayanan, manajemen kinerja, serta komunikasi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

1. Nasabah merasa sistem pelayanan yang diberikan oleh BMT Republik Kabupaten Kebumen memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.

2. Nasabah merasa komunikasi yang dijalin BMT Republika Kabupaten Kebumen dengan para nasabahnya telah berjalan dengan baik

e. Perbaikan berkesinambungan

Dimensi ini mengandung arti bahwa setiap orang dalam perusahaan memiliki tanggung jawab untuk: memandangi semua pekerjaan sebagai satu proses, mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan pemasaran dari perusahaan tersebut, serta mendorong dan dengan senang hati menerima umpan balik dari pelanggan, tanpa adanya rasa takut dan khawatir.

Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :

1. Nasabah merasa diberi kesempatan untuk memberi masukan kepada BMT Republika Kabupaten Kebumen
2. Nasabah merasa BMT Republika Kabupaten Kebumen selalu dapat mengantisipasi perubahan kebutuhan nasabahnya serta selalu memberitahu kepada para nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada BMT Republika Kabupaten Kebumen

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Sehingga, variabel dependen adalah variabel yang diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*)

dari variabel dependen (Indriantoro dan Supomo, 2002). Dalam penelitian ini yang dijadikan penulis sebagai variabel dependen adalah kepuasan dari nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen yang dipengaruhi secara positif oleh variabel independen, yaitu kelima dimensi dari *total quality service*.

Kepuasan adalah reaksi emosional terhadap kinerja dari suatu jasa tertentu. Dalam penelitian ini, kepuasan yang disimbolkan dengan huruf Y merupakan variabel dependen. Sedangkan kepuasan yang diukur adalah kepuasan nasabah terhadap penerapan *total quality service* pada BMT Republika Kabupaten Kebumen. Besarnya nilai kepuasan tersebut diukur dengan kuesioner tentang kesan subjektif para responden (nasabah) terhadap penerapan *total quality service* pada BMT Republika Kabupaten Kebumen. Adapun indikator dari variabel kepuasan adalah sama seperti pada variabel dimensi *total quality service* di atas.

3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002). Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan

melakukan survey terhadap responden, dengan cara menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan metode survei yang menggunakan pertanyaan kepada subyek secara tertulis (Indriantoro dan Supomo, 2002).

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey terhadap nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen melalui penyebaran kuisisioner. Penulis membuat daftar pertanyaan kepada responden yang diambil sebagai sampel, yakni mengenai pengaruh positif dimensi *total quality service* terhadap kepuasan responden (nasabah).

Kuisisioner tersebut terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Pertanyaan pada bagian pertama bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap penerapan dimensi *total quality service* pada BMT Republika Kabupaten Kebumen, di mana setiap dimensi memiliki indikator tersendiri. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 5 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
2. Pertanyaan pada bagian kedua bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap penerapan *total quality service* pada BMT Republika Kabupaten Kebumen. Pertanyaan yang diajukan merupakan

pertanyaan tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 5 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. (Indriantoro dan Supomo, 2002). Dalam penelitian ini, penulis menetapkan tiga syarat pada populasi. Ketiga persyaratan tersebut adalah :

1. Nasabah yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen
2. Nasabah yang menjadi populasi telah mengerti dan memahami produk tabungan pada BMT Republika Kabupaten Kebumen dengan baik.
3. Nasabah yang menjadi populasi telah menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen paling tidak selama satu tahun.

Dengan keterbatasan yang dimiliki penulis, maka dalam setiap penelitian, seorang penulis tidak mungkin dapat meneliti secara keseluruhan dari jumlah obyek yang diteliti atau keseluruhan populasi sehingga dibutuhkan sampel sebagai representasi dari populasi yang akan diteliti.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sekelompok atau beberapa bagian dari populasi. (Indriantoro dan Supomo, 2002). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan cara memilih sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh oleh peneliti. Elemen populasi yang dipilih sebagai subyek sampel adalah tidak terbatas sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling mudah untuk diteliti (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Untuk menentukan jumlah sampel di mana varian populasinya tidak diketahui, maka digunakan rumus di bawah ini (Boedijoewono, 2001) :

$$n = 0,25 \left[\frac{z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

$z \frac{1}{2} \alpha$: batas luar daerah

α : taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E : kesalahan maksimum

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menetapkan kesalahan data yang masih dapat ditolelir (α) sebesar 5%. Dengan demikian, maka $Z \frac{1}{2} \alpha = 1,96$ (dari tabel z). Alasan dari penentuan 5% sebagai taraf kesalahan data yang dapat ditolelir adalah karena angka 5% merupakan taraf

signifikansi yang biasa digunakan pada bidang ekonomi (Boedijoewono, 2001).

Dalam penelitian ini, E atau tingkat kesalahan maksimum ditetapkan sebesar 10%, sebab jika taraf kesalahan lebih dari 10%, maka penyebaran angket tidak dapat diteruskan karena data yang akan diperoleh menjadi tidak valid. Dengan penetapan angka kesalahan maksimum sebesar 10%, maka akan menjadikan tingkat kebenarannya adalah 90%, sehingga akan menghasilkan data yang relatif benar.

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = 0,25 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Hasil n sebesar 96,04 tersebut dibulatkan ke bawah, sehingga menjadi 96. Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 96 dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat

tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah (Azwar, 2001).

Perhitungan valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi *Product Moment Pearson*. Item tersebut dikatakan valid jika nilai korelasi setiap item pertanyaan yang disimbolkan dengan r_{xy} lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{xy} > r_t$ (Azwar, 2001). Dalam penelitian ini, penghitungan validitas dilakukan dengan menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS version 12.0.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran (Azwar, 2001). Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Penghitungan reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari koefisien reliabilitas instrumen yang disimbolkan dengan r_{11} dengan memasukkan tiga variabel, yaitu banyaknya belahan tes yang disimbolkan dengan k , varians belahan yang disimbolkan dengan s_j^2 , serta varians skor

test yang disimbolkan dengan s_x^2 . Kuisisioner sebagai alat ukur dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas instrumen yang disimbolkan dengan r_{11} lebih besar dari korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{11} > r_t$ (Azwar, 2001). Dalam penelitian ini, penghitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data, yaitu SPSS version 12.0.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Skala likert adalah metode pengukuran sikap yang berisi pernyataan setuju atau ketidaksetujuan responden terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002). Pertanyaan pada skala likert menggunakan lima angka penilaian, yaitu : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pengisian kuisisioner, dilakukan dengan cara memberikan angka penilaian dari 1 sebagai angka penilaian terendah sampai dengan 5 sebagai angka penilaian tertinggi pada setiap indikator dari masing-masing dimensi *total quality service*. Adapun angka penilaian yang digunakan adalah :

a.skor : 1 = sangat tidak setuju (STS)

b.skor : 2 = tidak setuju (TS)

c.skor : 3 = cukup setuju (CS)

d.skor : 4 = setuju (S)

e.skor : 5 = sangat setuju (SS)

Berdasarkan lima angka penilaian yang digunakan dengan menggunakan skala likert, maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Hasil perhitungan interval di atas digunakan untuk menentukan skala distribusi kriteria pendapat, sehingga dapat diketahui penilaian responden sebagai berikut:

- a. Nilai Jawaban 1,00-1,79 = Penilaian Sangat Tidak Setuju
- b. Nilai Jawaban 1,80-2,59 = Penilaian Tidak Setuju
- c. Nilai Jawaban 2,60-3,39 = Penilaian Cukup Setuju
- d. Nilai Jawaban 3,40-4,19 = Penilaian Setuju
- e. Nilai Jawaban 4,20-5,00 = Penilaian Sangat Setuju

3.6 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2005).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskriptifkan skor dari suatu ubahan atau variabel yang ada, maka diperoleh suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

3.7 Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik Statistik

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui kedekatan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. (Rangkuti, 1997) Pada penelitian, ini analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui kedekatan antara variabel independen, yaitu dimensi *total quality service* (X) yang terdiri dari : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y). Sedangkan uji asumsi klasik statistik digunakan untuk mengetahui bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari asumsi klasik yang terdiri dari tiga macam yaitu : multikolinieritas, autokorelinitas, dan heteroskedastisitas (Nugroho, 2005).

3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini akan digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas dan variabel tidak bebas. Analisis ini digunakan karena masalah yang ingin diteliti adalah beberapa variabel bebas (*independen variable*) yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan, akan berhadapan dengan kepuasan pelanggan yang merupakan variabel tidak bebas (*dependen variable*) yang kemungkinan merupakan pengaruh.

Adapun model matematis yang akan digunakan adalah (Rangkuti, 1997):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y	:	Kepuasan pelanggan
X1	:	Fokus pada pelanggan
X2	:	Keterlibatan total
X3	:	Pengukuran
X4	:	Dukungan sistematis
X5	:	Perbaikan berkesinambungan
a	:	Konstanta regresi
e	:	<i>Error</i>

$b_1, b_2, b_3, b_4,$ dan b_5 berturut-turut adalah koefisien regresi variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, baik itu multikolinieritas, autokorelansitas, dan heteroskedastisitas. (Nugroho, 2005). Nugroho (2005) menyatakan bahwa proses pengujian asumsi klasik statistik dilakukan bersama-sama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik statistik menggunakan media kotak kerja yang sama dengan uji regresi.

3.7.2.1 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen

lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam satu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lain. (Nugroho, 2005). Selain itu uji multikolenaritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. (Nugroho, 2005). Kriteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolenaritas adalah dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Nugroho (2005) menyatakan bahwa suatu model regresi linier berganda dikatakan bebas dari multikolenaritas apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,10$. Prosedur pengujian multikolenaritas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho₁ : Tidak ada pengaruh multikolenaritas pada dimensi fokus pada pelanggan (X₁).

Ha₁ : Terdapat pengaruh multikolenaritas pada dimensi fokus pada pelanggan (X₁).

Ho₂ : Tidak ada pengaruh multikolenaritas pada dimensi keterlibatan total (X₂).

Ha₂ : Terdapat pengaruh multikolenaritas pada dimensi keterlibatan total (X₂).

Ho₃ : Tidak ada pengaruh multikolenaritas pada dimensi pengukuran (X₃).

H_{a3} : Terdapat pengaruh multikolinieritas pada dimensi pengukuran (X_3).

H_{o4} : Tidak ada pengaruh multikolinieritas pada dimensi dukungan sistematis (X_4).

H_{a4} : Terdapat pengaruh multikolinieritas pada dimensi dukungan sistematis (X_4).

H_{o5} : Tidak ada pengaruh multikolinieritas pada dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5).

H_{a5} : Terdapat pengaruh multikolinieritas pada dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5).

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan

H_o diterima jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$

H_o ditolak jika $VIF \geq 10$ dan $Tolerance \leq 0,10$

3. Menghitung nilai VIF dan *Tolerance*

Perhitungan nilai VIF dan *Tolerance* dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0.

4. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.7.2.2. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (et) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya ($et-1$) (Nugroho, 2005).

Cara untuk mengetahui adanya korelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson. Model regresi linier berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah *No Autocorelasi*. Penentuan letak tersebut dibantu dengan nilai k (jumlah variabel independen). Adapun langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : Tidak ada pengaruh autokorelasi pada model regresi linier berganda yang terdiri dari : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

Ha : Terdapat pengaruh autokorelasi pada model regresi linier berganda yang terdiri dari : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

2. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Ho diterima apabila nilai Durbin Watson dari model regresi linier berganda yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) memiliki nilai yang lebih besar dari batas atas (du) pada tabel Durbin Watson pada taraf signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, dan jumlah sampel (n) = 96. Atau secara matematis dapat ditulis dengan ($DW_{hitung} > du$)

Ho ditolak apabila nilai Durbin Watson hitung dari model regresi linier berganda yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) memiliki nilai yang lebih kecil dari batas atas (du) pada tabel Durbin Watson pada taraf signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, dan jumlah sampel (n) = 96. Atau secara matematis dapat ditulis dengan ($DW_{hitung} \leq du$).

3. Menghitung nilai Durbin Watson

Perhitungan nilai Durbin Watson dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0.

4. Menentukan nilai batas atas (du) dengan menggunakan tabel Durbin Watson, pada jumlah variabel bebas (k) = 5, jumlah sampel (n) = 96, serta pada taraf signifikansi 5% (0,05).

5. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari poin (3) dan (4).

3.7.2.3 Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan variance residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain, atau adanya

hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut bebas dari heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi tersebut homoskedastisitas. (Nugroho, 2005). Cara mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Suatu model persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila residual pada gambar Scatterplot tersebut menyebar (Nugroho, 2005). Adapun langkah pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho : Tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

Ha : Terdapat pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5).

2. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Ho diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak

Ho ditolak jika residual pada gambar scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak atau membentuk suatu pola tertentu

3. Membuat gambar scatterpolt

Pembuatan gambar scatterpolt dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0

4. Membuat kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.8 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji peringkat bertanda Wilcoxon adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel yang berhubungan atau berpasangan (Santoso, 2006). Dalam penelitian ini uji peringkat bertanda Wilcoxon digunakan untuk menetapkan perbedaan persepsi dimensi responden terhadap *total quality service* dengan kepuasan responden (nasabah). Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional :

H_{01} : Tidak ada perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi fokus pada pelanggan (X_1) dengan kepuasan terhadap fokus pada pelanggan (Y_1)

H_{a1} : Terdapat perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi fokus pada pelanggan (X_1) dengan kepuasan terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y_1)

H_{02} : Tidak ada perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi keterlibatan total (X_2) dengan kepuasan terhadap dimensi keterlibatan total (Y_2)

- Ha₂ : Terdapat perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi keterlibatan total (X₂) dengan kepuasan terhadap dimensi keterlibatan total (Y₂)
- Ho₃ : Tidak ada perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi pengukuran (X₃) dengan kepuasan responden terhadap dimensi pengukuran (Y₃)
- Ha₃ : Terdapat perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi pengukuran (X₃) dengan kepuasan responden terhadap dimensi pengukuran (Y₃)
- Ho₄ : Tidak ada perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi dukungan sistematis (X₄) dengan kepuasan responden terhadap dimensi dukungan sistematis (Y₄)
- Ha₄ : Terdapat perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi dukungan sistematis (X₄) dengan kepuasan responden terhadap dimensi dukungan sistematis (Y₄)
- Ho₅ : Tidak ada perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (X₅) dengan kepuasan responden terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y₅)
- Ha₅ : Terdapat perbedaan antara persepsi responden terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (X₅) dengan kepuasan responden terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y₅)

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Dalam uji hipotesis penelitian ini ditentukan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) sehingga kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Ho diterima jika probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitas $< \alpha$

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS version 12.0.

4. Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur (2) dan (3).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Pengujian Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji F adalah uji yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2001)

Prosedur pengujian secara keseluruhan (uji F) adalah :

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : Tidak ada pengaruh positif secara bersama-sama dari kelima dimensi *total quality service* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Ha : Terdapat pengaruh positif secara bersama-sama dari kelima dimensi *total quality service* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y)

2. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka, kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis adalah :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$

3. Menghitung nilai statistik

Perhitungan nilai statistik dilakukan dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) melalui program pengolahan data SPSS version 12.0. *Analysis of variance* adalah analisis untuk menguji perbedaan rata-rata di antara dua atau lebih kelompok dalam suatu variabel penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002).

4. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.9.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2001)

Prosedur pengujian secara parsial (uji t) adalah :

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho₁ : Tidak ada pengaruh positif dimensi fokus pada pelanggan (X₁) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Ha₁ : Terdapat pengaruh positif dimensi fokus pada pelanggan (X₁) terhadap kepuasan nasabah (Y)

- Ho₂ : Tidak ada pengaruh positif dimensi keterlibatan total (X₂) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ha₂ : Terdapat pengaruh positif dimensi keterlibatan total (X₂) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ho₃ : Tidak ada pengaruh positif dimensi pengukuran (X₃) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ha₃ : Terdapat pengaruh positif dimensi pengukuran (X₃) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ho₄ : Tidak ada pengaruh positif dimensi dukungan sistematis (X₄) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ha₄ : Terdapat pengaruh positif dimensi dukungan sistematis (X₄) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ho₅ : Tidak ada pengaruh positif dimensi perbaikan berkesinambungan (X₅) terhadap kepuasan nasabah (Y)
- Ha₅ : Terdapat pengaruh positif dimensi perbaikan berkesinambungan (X₅) terhadap kepuasan nasabah (Y)

2. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis :

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka, kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis adalah :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$

3. Menghitung nilai statistik

Perhitungan nilai statistik dilakukan dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) melalui program pengolahan data SPSS version 12.0.

4. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.9.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi (Wibisono, 2005).

Pada penelitian ini, penghitungan koefisien korelasi dilakukan dengan menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS version 12.0. Keputusan ditentukan dengan kriteria $0 \leq R^2_{xy} \leq 1$. Jika R^2_{xy} semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh positif variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.4 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen, sehingga pengaruh yang diketahui antara variabel independen dengan variabel dependen merupakan pengaruh murni. Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi parsial (Wibisono, 2005). Pada penelitian ini,

penghitungan koefisien korelasi parsial dilakukan dengan menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS version 12.0. Sedangkan penghitungan koefisien determinasi parsial yang merupakan kuadrat dari koefisien korelasi parsial dilakukan secara manual. Kriteria keputusan ditentukan dengan melihat hasil penghitungan kuadrat dari masing-masing koefisien korelasi parsial. Variabel independen dengan angka yang paling besar berarti memiliki pengaruh positif yang paling besar terhadap variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif *total quality service* (TQS) yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Data yang digunakan merupakan data primer hasil kuesioner yang disebarkan kepada 96 orang responden yang kesemuanya adalah nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.

4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan memasukkan data dari 30 responden, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,361. Angka sebesar 0,361 tersebut diperoleh dari tabel r , dengan taraf signifikansi sebesar 5%.

4.1.1 Hasil Uji Validitas

Perhitungan valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel. Item tersebut dikatakan valid jika nilai korelasi setiap item pertanyaan yang disimbolkan dengan r_{xy} lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara

matematis dapat ditulis dengan : $r_{xy} > r_t$ Sedangkan item tersebut dikatakan tidak valid jika nilai korelasi setiap item pertanyaan yang disimbolkan dengan r_{xy} lebih kecil dari nilai kritis atau korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{xy} < r_t$

Setelah dilakukan pengolahan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0, maka hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.1 :

Tabel 4.1
Hasil uji validitas pada variabel dimensi *total quality service*

No	Variabel	Butir	Rxy	Rtabel	Kesimpulan
1	Fokus pada Pelanggan (X_1)	X _{1.1}	0,821	0,361	Valid
		X _{1.2}	0,671	0,361	Valid
		X _{1.3}	0,789	0,361	Valid
2	Keterlibatan Total (X_2)	X _{2.1}	0,847	0,361	Valid
		X _{2.2}	0,880	0,361	Valid
		X _{2.3}	0,892	0,361	Valid
3	Pengukuran (X_3)	X _{3.1}	0,923	0,361	Valid
		X _{3.2}	0,896	0,361	Valid
4	Dukungan Sistematis (X_4)	X _{4.1}	0,934	0,361	Valid
		X _{4.2}	0,928	0,361	Valid
5	Perbaikan Berkesinambungan (X_5)	X _{5.1}	0,846	0,361	Valid
		X _{5.2}	0,889	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Tabel 4.1 merupakan hasil uji validitas dari variabel independen yaitu dimensi *total quality service*. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{xy} dari semua pertanyaan lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai pendapat responden terhadap penerapan dimensi *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada

pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) adalah valid.

Tabel 4.2
Hasil uji validitas pada variabel kepuasan nasabah

No	Variabel	Butir	Rxy	Rtabel	Kesimpulan
1	Fokus pada Pelanggan (X_1)	Y _{1.1}	0,814	0,361	Valid
		Y _{1.2}	0,731	0,361	Valid
		Y _{1.3}	0,685	0,361	Valid
2	Keterlibatan Total (X_2)	Y _{2.1}	0,805	0,361	Valid
		Y _{2.2}	0,755	0,361	Valid
		Y _{2.3}	0,677	0,361	Valid
3	Pengukuran (X_3)	Y _{3.1}	0,856	0,361	Valid
		Y _{3.2}	0,846	0,361	Valid
4	Dukungan Sistematis (X_4)	Y _{4.1}	0,867	0,361	Valid
		Y _{4.2}	0,866	0,361	Valid
5	Perbaikan Berkesinambungan (X_5)	Y _{5.1}	0,915	0,361	Valid
		Y _{5.2}	0,929	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Tabel 4.2 merupakan hasil uji validitas dari variabel dependen yaitu kepuasan nasabah terhadap dimensi *total quality service*. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai r_{xy} dari semua pertanyaan lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai pendapat responden terhadap penerapan dimensi *total quality service* yang terdiri dari: kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y_1), kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total (Y_2), kepuasan nasabah

terhadap dimensi pengukuran (Y_3), kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis (Y_4), dan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y_5) adalah valid.

4.1.2 Hasil uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,361. Dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai reliabilitas instrumen (r_{11}) lebih besar dari nilai r tabel (0,361). Hasil pengolahan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0 dapat dilihat pada Tabel 4.3. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai r_{xy} dari semua butir pertanyaan lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan variabel yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), perbaikan berkesinambungan (X_5) serta kepuasan nasabah (Y) adalah reliabel.

Tabel 4.3
Hasil uji reliabilitas

Variabel	Rxy	Rtabel	Keterangan
Dimensi <i>total quality service</i>			
Fokus pada Pelanggan (X_1)	0,641	0,361	Reliabel
Keterlibatan Total (X_2)	0,834	0,361	Reliabel
Pengukuran (X_3)	0,788	0,361	Reliabel
Dukungan Sistematis (X_4)	0,846	0,361	Reliabel
Perbaikan Berkesinambungan (X_5)	0,669	0,361	Reliabel
Kepuasan Nasabah			
Fokus pada Pelanggan (Y_1)	0,600	0,361	Reliabel
Keterlibatan Total (Y_2)	0,601	0,361	Reliabel
Pengukuran (Y_3)	0,619	0,361	Reliabel
Dukungan Sistematis (Y_4)	0,819	0,361	Reliabel
Perbaikan Berkesinambungan (Y_5)	0,823	0,361	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan jawaban responden yang telah dikumpulkan dan direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh positif dimensi *total quality service* yang meliputi lima variabel yaitu: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan (X_5) terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Tabel 4.4
Rata-rata jawaban responden pada dimensi *total quality service*

Dimensi <i>Total Quality Service</i>	Rata-rata
Variabel Dimensi Fokus Pada Pelanggan (X₁)	3,87
Fasilitas dalam kantor BMT telah mendukung kenyamanan selama proses pemberian layanan berlangsung.	3,88
Kebutuhan nasabah terpenuhi melalui produk jasa yang ditawarkan oleh BMT	3,91
Kualitas jasa yang ditawarkan oleh BMT telah sesuai dengan keinginan nasabah	3,83
Variabel Dimensi Keterlibatan Total (X₂)	3,94
Karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memiliki penguasaan pengetahuan dan wawasan yang baik mengenai produk jasa dan layanan yang diberikan	3,92
Karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan	4,04
Pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen bersedia untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah	3,88
Variabel Dimensi Pengukuran (X₃)	4,06
Standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen dalam memberikan pelayanan sudah baik	4,07
BMT selalu berusaha melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang ada pada jasa yang ditawarkan	4,04
Variabel Dimensi Dukungan Sistematis (X₄)	4,02
Sistem pelayanan yang diberikan oleh BMT memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.	3,99
Komunikasi yang dijalin BMT dengan para nasabahnya telah berjalan dengan baik	4,05
Variabel Dimensi Perbaikan Berkesinambungan (X₅)	3,93
BMT selalu memberi kesempatan kepada nasabahnya untuk memberi masukan	3,95
BMT dapat mengantisipasi perubahan kebutuhan nasabahnya serta selalu memberitahu kepada nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada BMT Republika Kabupaten Kebumen	3,92
Total Variabel Dimensi <i>Total Quality Service</i> (X)	3,97

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Tabel 4.5
Rata-rata jawaban responden pada kepuasan nasabah

Variabel Kepuasan Nasabah	Rata-rata
Variabel Kepuasan terhadap Dimensi Fokus pada Pelanggan (Y1)	3,97
Puas dengan fasilitas dalam kantor BMT yang telah mendukung kenyamanan selama proses pemberian layanan berlangsung	3,90
Puas dengan produk jasa yang ditawarkan oleh BMT karena telah memenuhi kebutuhan nasabah	4,04
Puas dengan kualitas layanan dan produk jasa yang ditawarkan oleh karena telah sesuai dengan keinginan nasabah	3,96
Variabel Kepuasan terhadap Dimensi Keterlibatan Total (Y2)	3,96
Puas dengan penguasaan pengetahuan dan wawasan yang telah dimiliki oleh karyawan BMT mengenai produk jasa yang ditawarkan	3,98
Puas dengan karyawan BMT karena telah menunjukkan sikap yang baik selama memberikan pelayanan	3,91
Puas dengan pimpinan BMT yang bersedia untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah	4,00
Variabel Kepuasan terhadap Dimensi Pengukuran (Y3)	3,92
Puas dengan standar kinerja yang telah ditetapkan oleh BMT dalam memberikan layanan kepada para nasabahnya	3,92
Puas dengan usaha BMT untuk melakukan koreksi apabila terdapat penyimpangan yang mungkin terjadi dalam pemberian layanan	3,92
Variabel Kepuasan terhadap Dimensi Dukungan Sistematis (Y4)	3,98
Puas dengan sistem pelayanan yang diterapkan BMT karena telah memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan	3,95
Puas dengan komunikasi yang telah berjalan dengan baik antara BMT dengan nasabahnya	4,01
Variabel Kepuasan terhadap Dimensi Perbaikan Berkesinambungan (Y5)	3,95
Puas dengan kesempatan yang diberikan BMT kepada para nasabahnya untuk memberi masukan	3,95
Puas dengan kemampuan BMT dalam mengantisipasi perubahan kebutuhan nasabah serta pemberitahuan yang selalu disampaikan oleh BMT kepada nasabahnya mengenai setiap perubahan yang terjadi	3,96
Total Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	3,96

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan rata-rata pada Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada variabel pengukuran (X_3), yaitu pada pertanyaan mengenai standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT dalam memberikan

pelayanan ($X_{3.1}$), dengan rata-rata sebesar 4,07. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator mengenai standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT dalam memberikan pelayanan ($X_{3.1}$) adalah sangat setuju. Sedangkan rata-rata terendah dari jawaban responden pada variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1), yaitu pada pertanyaan mengenai kemampuan BMT dalam memberikan kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah ($X_{1.3}$) dengan rata-rata sebesar 3,83. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kemampuan BMT dalam memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan nasabah ($X_{1.3}$) adalah setuju. Secara umum, rata-rata jawaban responden tertinggi terletak pada variabel pengukuran (X_3) yaitu sebesar 4,06 dan terendah pada fokus pada pelanggan (X_1) yaitu 3,87. Rata-rata total jawaban responden pada dimensi *total quality service* adalah sebesar 3,97.

Sedangkan berdasarkan rata-rata pada Tabel 4.5, kepuasan nasabah dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada variabel kepuasan terhadap fokus pada pelanggan (Y_1), yaitu pada pertanyaan mengenai kemampuan BMT dalam menyediakan produk layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah ($Y_{1.2}$), dengan rata-rata sebesar 4,04. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kepuasan nasabah terhadap penyediaan layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah ($Y_{1.2}$) adalah puas. Sedangkan rata-rata terendah dari jawaban responden juga terletak pada variabel kepuasan terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y_1), yaitu pada pertanyaan mengenai fasilitas dalam kantor yang menunjang kenyamanan ($Y_{1.1}$),

dengan rata-rata sebesar 3,90. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kepuasan nasabah terhadap fasilitas dalam kantor yang menunjang kenyamanan ($Y_{1.1}$), adalah puas. Secara umum, rata-rata jawaban responden tertinggi terletak pada variabel kepuasan terhadap dukungan sistematis (Y_4) yaitu sebesar 3,98 dan terendah pada variabel kepuasan terhadap pengukuran (Y_3) yaitu sebesar 3,92. Sedangkan rata-rata total jawaban responden pada kepuasan nasabah adalah sebesar 3,96.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik Statistik

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui kedekatan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, yaitu antara variabel independen, yaitu dimensi *total quality service* yang terdiri dari : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y). Sedangkan uji asumsi klasik statistik digunakan untuk mengetahui bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari asumsi klasik yang terdiri dari tiga macam yaitu: multikolinieritas, autokorelanitas, dan heteroskedastisitas

4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linear berganda untuk variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y	:	Kepuasan pelanggan
X ₁	:	Fokus pada pelanggan
X ₂	:	Keterlibatan total
X ₃	:	Pengukuran
X ₄	:	Dukungan sistematis
X ₅	:	Perbaikan berkesinambungan
a	:	Konstanta regresi
e	:	<i>Error</i>

b₁, b₂, b₃, b₄, dan b₅ berturut-turut adalah koefisien regresi variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0, dapat dilihat pada Tabel 4.6 :

Tabel 4.6
Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	0,523
X ₁	0,227
X ₂	0,150
X ₃	0,179
X ₄	0,137
X ₅	0,175

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.6 dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 0,523 + 0,227X_1 + 0,150X_2 + 0,179X_3 + 0,137X_4 + 0,175X_5$$

Adapun arti dari masing-masing nilai koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 0,523

Nilai konstanta sebesar 0,523 berarti bahwa variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,523 unit dengan asumsi fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) dianggap konstan.

2. $b_1 = 0,227$

Pada variabel fokus pada pelanggan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,227. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa terdapat hubungan yang searah antara variabel fokus pada pelanggan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y), sehingga setiap kenaikan pada variabel fokus pada pelanggan mendorong peningkatan kepuasan nasabah (Y).

3. $b_2 = 0,150$

Pada variabel keterlibatan total (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,150. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa terdapat hubungan yang searah antara variabel keterlibatan total (X_2) terhadap

kepuasan nasabah, sehingga setiap kenaikan pada variabel keterlibatan total mendorong peningkatan kepuasan nasabah (Y).

4. $b_3 = 0,179$

Pada variabel pengukuran mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,179. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa terdapat hubungan yang searah antara variabel pengukuran (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y), sehingga setiap kenaikan pada variabel pengukuran (X_3) mendorong peningkatan kepuasan nasabah (Y).

5. $b_4 = 0,137$

Pada variabel dukungan sistematis (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,137. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa terdapat hubungan yang searah antara variabel dukungan sistematis (X_4) terhadap kepuasan nasabah, sehingga setiap kenaikan pada variabel dukungan sistematis (X_4) mendorong peningkatan kepuasan nasabah (Y).

6. $b_5 = 0,175$

Pada variabel perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,175. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa terdapat hubungan yang searah antara variabel perbaikan berkesinambungan (X_5) terhadap kepuasan nasabah (Y), sehingga setiap

kenaikan pada variabel perbaikan berkesinambungan (X_5) mendorong peningkatan kepuasan nasabah (Y).

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, baik itu multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Proses pengujian asumsi klasik statistik dilakukan bersama-sama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik statistik menggunakan media kotak kerja yang sama dengan uji regresi. Berikut ini merupakan hasil uji asumsi klasik statistik dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0 :

4.3.2.1 Multikolinieritas

Langkah-langkah pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh multikolinieritas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu : fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

H_a : Terdapat pengaruh multikolinieritas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu : fokus

pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

2. Kriteria pengujian adalah :

H_0 diterima apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 .

H_0 ditolak apabila *Tolerance* $\leq 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 .

3. Menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Penghitungan dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0. Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.7:

Tabel 4.7
Hasil uji multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fokus Pada Pelanggan	,646	1,547
	Keterlibatan Total	,727	1,375
	Pengukuran	,643	1,555
	Dukungan Sistematis	,769	1,301
	Perbaikan Berkesinambungan	,581	1,722

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

3. Kesimpulan :

- a. Pengujian multikolinieritas pada variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) :

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sesuai dengan tabel di atas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sebab variabel ini memiliki nilai *tollerance* yang lebih besar dari 0,10 ($0,646 > 0,10$) dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,547 < 10$) sehingga variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) bebas dari pengaruh multikolinieritas,

- b. Pengujian multikolinieritas pada variabel dimensi keterlibatan total (X_2):

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sesuai dengan tabel di atas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sebab, variabel ini memiliki nilai *tollerance* yang lebih besar dari 0,10 ($0,727 > 0,10$) dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,375 < 10$), sehingga variabel keterlibatan total (X_2) bebas dari pengaruh multikolinieritas

- c. Pengujian multikolinieritas pada variabel dimensi pengukuran (X_3):

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sesuai dengan tabel di atas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sebab variabel ini memiliki nilai *tollerance* yang lebih besar dari 0,10 ($0,643 > 0,10$) dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,555 < 10$), sehingga variabel pengukuran (X_3) bebas dari pengaruh multikolinieritas

- d. Pengujian multikolinieritas pada variabel dimensi dukungan sistematis (X_4):

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sesuai dengan tabel di atas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sebab variabel ini memiliki nilai

tollerance yang lebih besar dari 0,10 ($0,769 > 0,10$) dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,301 < 10$), sehingga variabel dukungan sistematis (X_4) bebas dari pengaruh multikolinieritas

e. Pengujian multikolinieritas pada variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5):

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sesuai dengan tabel di atas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sebab variabel ini memiliki nilai *tollerance* yang lebih besar dari 0,10 ($0,581 > 0,10$) dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,555 < 10$), sehingga variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) bebas dari pengaruh multikolinieritas

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka model regresi linier berganda ini bebas dari pengaruh multikolinieritas, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.2.2 Autokorelasi

Langkah-langkah pengujian autokorelasi adalah :

1. Menentukan hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh autokorelasi pada model regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu: fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

Ha : Terdapat pengaruh autokorelasi pada model regresi liner berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu: fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

2. Kriteria pengujian adalah:

H_0 diterima apabila nilai Durbin Watson hitung lebih besar dari batas atas (du) pada tabel Durbin Watson pada taraf signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, dan jumlah sampel (n) = 96. Atau secara matematis dapat ditulis dengan $DW_{hitung} > du$.

H_0 ditolak apabila nilai Durbin Watson hitung lebih kecil dari batas atas (du) pada tabel Durbin Watson pada taraf signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, dan jumlah sampel (n) = 96. Atau secara matematis dapat ditulis dengan $DW_{hitung} \leq du$.

3. Menghitung nilai Durbin Watson :

Penghitungan nilai Durbin Watson dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0. Tabel 4.8 merupakan hasil uji Durbin Watson yang dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0 :

Tabel 4.8
Hasil uji Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,838 ^a	,703	,686	,32833	1,825

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

4. Menentukan nilai batas atas (du)

Penentuan nilai batas atas (du) dilakukan dengan melihat pada Tabel Durbin Watson. Dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, serta jumlah sampel (n) = 96, maka berdasarkan tabel uji Durbin Watson dengan signifikansi sebesar 5%, maka diperoleh nilai batas atas (du) = 1,78.

5. Kesimpulan :

Berdasarkan poin (3) dan (4), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan penghitungan nilai Durbin Watson dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0, diperoleh hasil nilai Durbin Watson sebesar 1,825. Sedangkan pada tabel Durbin Watson, dengan jumlah variabel bebas (k) = 5, serta jumlah sampel (n) = 96, maka berdasarkan tabel uji Durbin Watson dengan signifikansi sebesar 5%, maka diperoleh nilai batas atas (du) = 1,78. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson hitung sebesar 1,825 lebih besar dari nilai batas atas (du) pada Tabel Durbin Watson yang memiliki nilai 1,78 (1,825

> 1,78). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang terdiri dari variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) terbebas dari asumsi klasik autokorelasi, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.2.3. Heteroskedastisitas

Langkah-langkah pengujian heteroskedastisitas adalah :

1. Menentukan hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu: fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

H_a : Terdapat pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu: fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5)

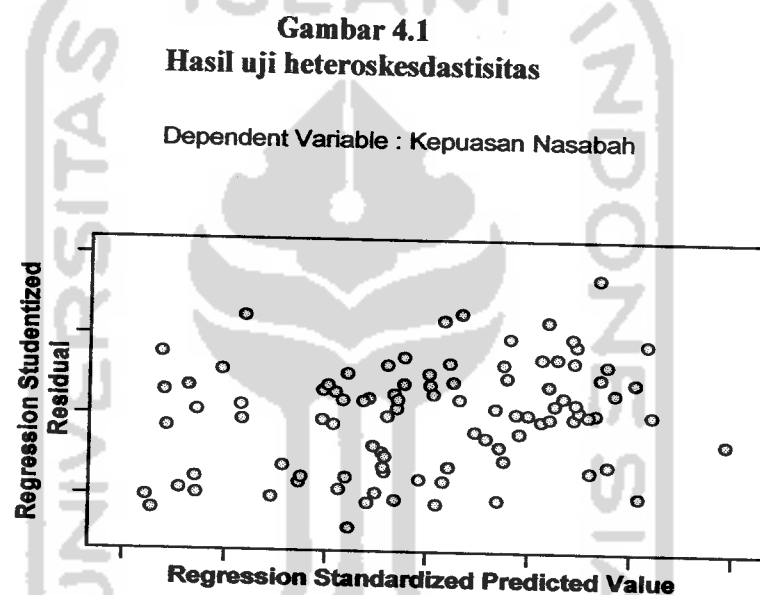
2. Kriteria pengujian adalah :

H_0 diterima jika residual pada gambar scatterplot tersebar acak.

H_0 ditolak jika residual pada gambar scatterplot tidak menyebar secara acak atau membentuk pola-pola tertentu.

3. Membuat Gambar Scatterplot

Pembuatan gambar Scatterplot dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0. Gambar 4.1 merupakan gambar scatterplot yang diperoleh dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0.



4. Kesimpulan :

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa residual menyebar dengan acak, dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga model linier regresi berganda yang terdiri dari lima variabel independen yaitu : fokus pada pelanggan (X_1) keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) bebas dari heteroskedastisitas atau dengan kata lain, model regresi linier tersebut memiliki homoskedastisitas, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

4.4 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji peringkat bertanda Wilcoxon dalam penelitian ini digunakan untuk menetapkan perbedaan persepsi responden (nasabah) terhadap dimensi *total quality service* dengan kepuasan responden (nasabah) yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Adapun langkah pengujian sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat perbedaan signifikan antara jawaban responden pada variabel dimensi *total quality service* dengan jawaban responden pada dimensi kepuasan nasabah

H_a : Terdapat perbedaan signifikan antara jawaban responden pada variabel dimensi *total quality service* dengan jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah

2. Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05), maka kriteria pengujiannya adalah :

H_0 diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

H_0 ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$.

3. Perhitungan

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0. Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Peringkat Wilcoxon

Test Statistics ^c					
	y1 - x1	y2 - x2	y3 - x3	y4 - x4	y5 - x5
Z	-1,496 ^a	-,293 ^b	-1,557 ^b	-,257 ^b	-,176 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,135	,769	,119	,797	,860

a. Based on negative ranks.
b. Based on positive ranks.
c. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

4. Kesimpulan :

Berdasarkan perhitungan nilai tabel 4.9 di atas, maka pada uji peringkat bertanda Wilcoxon ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pengujian antara variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) dengan variabel kepuasan terhadap fokus pada pelanggan (Y_1).

Dikarenakan probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($0,135 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pertanyaan pada dimensi fokus pada pelanggan (X_1) dengan pertanyaan pada dimensi kepuasan nasabah (Y_1).

- b. Pengujian antara variabel dimensi keterlibatan total (X_2) dengan variabel kepuasan terhadap dimensi keterlibatan total (Y_2).

Dikarenakan probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($0,769 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pertanyaan pada dimensi keterlibatan total (X_2) dengan

dengan pertanyaan pada dimensi kepuasan terhadap dimensi keterlibatan total (Y_2).

- c. Pengujian antara variabel dimensi pengukuran (X_3) dengan variabel kepuasan terhadap dimensi pengukuran (Y_3).

Dikarenakan probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($0,119 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pertanyaan pada dimensi pengukuran (X_3) dengan dengan pertanyaan pada kepuasan terhadap dimensi pengukuran (Y_3).

- d. Pengujian antara variabel dimensi dukungan sistematis (X_4) dengan variabel kepuasan terhadap dimensi dukungan sistematis (Y_4).

Dikarenakan probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($0,797 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pertanyaan pada dimensi dukungan sistematis (X_4) dengan dengan pertanyaan pada kepuasan terhadap dimensi dukungan sistematis (Y_4).

- e. Pengujian antara variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) dengan variabel kepuasan terhadap dimensi dukungan sistematis (Y_5).

Dikarenakan probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($0,860 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pertanyaan pada dimensi perbaikan berkesinambungan

(X_5) dengan dengan pertanyaan pada kepuasan terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y_5).

4.5 Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F, uji t, koefisien determinasi, dan koefisien determinasi parsial. Uji F dan uji t digunakan untuk menguji tingkat pengaruh dari variabel-variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5) terhadap variabel dependen (Y) digunakan. Uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara bersama-sama atau serempak, sedangkan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual. Sedangkan nilai koefisien determinasi dan koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi yang merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara serempak atau bersama-sama, sedangkan koefisien determinasi parsial yang merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

4.5.1 Uji F

Untuk membuktikan apakah secara bersama-sama dimensi *total quality service* yang meliputi: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan

(X₅) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan uji F. Adapun langkah pengujian sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh positif dari kelima dimensi *total quality service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah

Ha : Terdapat pengaruh positif dari kelima dimensi *total quality service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah

2. Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05), maka kriteria pengujiannya adalah :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitas $< \alpha$.

3. Menghitung nilai statistik

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS . Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,938	5	4,588	42,555	,000 ^a
	Residual	9,702	90	,108		
	Total	32,640	95			

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

4. Kesimpulan :

Dikarenakan probabilitas dari *total quality service* lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, kelima dimensi pada *total quality service* yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) secara bersama-sama berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.

4.5.2 Uji t

Untuk membuktikan apakah masing-masing dari dimensi *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), perbaikan berkesinambungan (X_5) secara individual mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan

nasabah, maka digunakan uji t. Adapun langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh positif dari kelima dimensi *total quality service* secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Ha : Terdapat pengaruh positif dari kelima dimensi *total quality service* secara parsial terhadap kepuasan nasabah

2. Dengan tingkat signifikansi sebesar sebesar $\alpha = 5\%$ (0,05), maka kriteria pengujiannya adalah:

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$.

3. Menghitung nilai statistik

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS version 12.0. Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil uji t

Coefficients ^a		
	Unstandardized	Sig.
	B	
1 (Constant)	,523	,035
X1 Fokus Pada Pelanggan	,227	,000
X2 Keterlibatan Total	,150	,005
X3 Pengukuran	,179	,001
X4 Dukungan Sistematis	,137	,006
X5 Perbaikan Berkesinambungan	,175	,001

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

4. Kesimpulan :

Berdasarkan perhitungan hasil uji t tersebut, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

a. Pengujian terhadap variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) :

Dikarenakan probabilitas dari variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

b. Pengujian terhadap variabel dimensi keterlibatan total (X_2) :

Dikarenakan probabilitas dari variabel dimensi keterlibatan total (X_2) lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,005 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel dimensi keterlibatan total (X_2) secara parsial

mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

c. Pengujian terhadap variabel dimensi pengukuran (X_3) :

Dikarenakan probabilitas dari variabel dimensi pengukuran (X_3) lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel dimensi pengukuran (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

d. Pengujian terhadap variabel dimensi dukungan sistematis (X_4) :

Dikarenakan probabilitas dari variabel dimensi dukungan sistematis (X_4) lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,006 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel dimensi dukungan sistematis (X_4) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

e. Pengujian terhadap variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5):

Dikarenakan probabilitas dari variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen dengan melihat pada besarnya koefisien determinasi (R^2). Tabel 4.12 merupakan hasil perhitungan dengan menggunakan program pengolah data

SPSS version 12.0.

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,703	,686	,32833

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.12, maka diperoleh nilai koefisien korelasi (R) untuk dimensi *total quality service* adalah sebesar 0,838. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,838 ini mendekati angka 1; sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel independen, yaitu dimensi *total quality service* dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) untuk dimensi *total quality service* adalah sebesar 0,703 yang berarti 70,3% dari variabel kepuasan nasabah dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel dimensi *total quality service*, dan sisanya (29,7%) dipengaruhi oleh faktor lain dari luar yang tidak dimasukkan dalam model.

4.5.4 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel

dependen, sehingga pengaruh yang diketahui antara variabel independen dengan variabel dependen merupakan pengaruh murni. Koefisien determinasi parsial merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi parsial. Tabel 4.13 merupakan hasil perhitungan koefisien korelasi parsial dengan menggunakan program SPSS versi 12.0.

Tabel 4.13
Tabel Hasil Perhitungan Korelasi Parsial

Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients	Correlations
	B	Partial
1 (Constant)	,523	
X1 Fokus Pada Pelanggan	,227	,380
X2 Keterlibatan Total	,150	,288
X3 Pengukuran	,179	,334
X4 Dukungan Sistematis	,137	,282
X5 Perbaikan Berkesinambungan	,175	,328

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Sedangkan penghitungan kuadrat dari korelasi parsial untuk mencari nilai dari koefisien determinasi parsial dilakukan secara manual. Tabel 4.14 merupakan hasil perhitungan koefisien determinasi parsial.

Tabel 4.14
Tabel Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Koefisien Determinasi Parsial
X ₁ Fokus Pada Pelanggan	0,144
X ₂ Keterlibatan Total	0,082
X ₃ Pengukuran	0,111
X ₄ Dukungan Sistematis	0,079
X ₅ Perbaikan Berkesinambungan	0,107

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.14, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Variabel dimensi fokus pada pelanggan (X₁) memiliki nilai koefisien determinasi parsial yang paling besar, yaitu sebesar 0,144. Berturut-turut hasil koefisien determinasi parsial variabel yang lain, apabila diurutkan dari yang terbesar adalah : variabel dimensi pengukuran (X₃) sebesar 0,111, variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X₅) sebesar 0,107, variabel keterlibatan total (X₂) sebesar 0,082, dan variabel dukungan sistematis (X₄) sebesar 0,079. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel dimensi fokus pada pelanggan (X₁) merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu sebesar 0,144.

4.6 Pembahasan Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa dimensi *total quality service* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 70,3%, sedangkan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Angka tersebut diperoleh dengan menggunakan uji hipotesis, yaitu uji koefisien determinasi yang merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Berdasarkan hasil tersebut, maka sebaiknya pihak manajemen BMT Republika Kabupaten Kebumen mempertahankan penerapan dimensi *total quality service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang menabung, sebab dimensi *total quality service* memiliki pengaruh yang kuat terhadap nasabah yang menabung, yaitu sebesar 70,3%. Angka ini hampir mendekati 100%. Sedangkan secara parsial, urutan pembahasan dimulai dari variabel dimensi *total quality service* yang memiliki nilai koefisien determinasi parsial yang paling besar.

Dimensi fokus pada pelanggan (X_1) terbukti merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial variabel fokus pada pelanggan, yaitu sebesar 0,144. Maka, sebaiknya pihak manajemen BMT Republika Kabupaten Kebumen mempertahankan indikator yang termasuk dalam dimensi fokus pada pelanggan. Pada indikator pertama, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah yang menabung sudah puas dengan fasilitas dalam kantor BMT Republika Kabupaten Kebumen yang menunjang kenyamanan bagi melakukan transaksi. Indikator kedua dan ketiga juga telah terbukti dapat

memenuhi kebutuhan dan telah sesuai dengan keinginan nasabah.

Dimensi pengukuran (X_3) terbukti merupakan variabel independen dengan pengaruh dominan kedua terhadap kepuasan nasabah setelah variabel fokus pada pelanggan (X_1). Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial variabel pengukuran, yaitu sebesar 0,111. Berdasarkan hal tersebut, maka sebaiknya, pihak manajemen BMT Republika Kabupaten Kebumen meningkatkan serta mempertahankan indikator yang termasuk dalam variabel dimensi pengukuran. Pada indikator pemberian standardisasi pemberian layanan, hal itu dapat dilakukan dengan cara menetapkan prosedur dan cara pemberian pelayanan yang distandardisasikan, sehingga semua nasabahnya mendapat perlakuan yang sama dalam memperoleh layanan. Sedangkan pada indikator melakukan koreksi terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi pada saat memberikan pelayanan, BMT Republika Kabupaten Kebumen harus selalu mencermati dan melakukan antisipasi terhadap kemungkinan adanya penyimpangan selama pemberian layanan berlangsung. Hal ini penting untuk dilakukan, sebab apabila penyimpangan dalam pemberian layanan tidak dikoreksi, maka akan mengurangi kepuasan dari nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen

Dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) terbukti merupakan variabel independen dengan pengaruh dominan ketiga terhadap kepuasan nasabah (Y) setelah variabel fokus pada pelanggan (X_1) dan variabel pengukuran (X_3). Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial variabel

pengukuran, yaitu sebesar 0,107. Maka sebaiknya, pihak manajemen memperbaiki indikator yang termasuk dalam variabel dimensi perbaikan berkesinambungan. Pada indikator memberi kesempatan kepada nasabah untuk memberi masukan, manajemen sebaiknya memberikan suatu mekanisme kepada nasabahnya agar dapat memberikan saran dan kritik terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT. Contohnya adalah dengan memberlakukan nomor telepon yang khusus digunakan untuk menerima berbagai saran atau kritik dari para nasabahnya. Atau dapat juga dengan menggunakan cara lain yang lebih sederhana, seperti menyediakan kotak saran di dalam kantor BMT. Pada indikator memberitahukan perubahan-perubahan yang terjadi kepada nasabah, BMT Republika Kabupaten Kebumen juga harus tanggap terhadap setiap perubahan kebutuhan dari nasabahnya. Sehingga, layanan yang diberikan akan selalu dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Nasabah juga harus selalu diberitahu mengenai setiap perubahan-perubahan yang terjadi pada BMT Republika Kabupaten Kebumen. Hal ini penting dilakukan, agar nasabah selalu mengetahui informasi-informasi yang berkaitan dengan BMT Republika Kabupaten Kebumen, sehingga kegiatan transaksi dapat berjalan dengan lancar. Hal itu dapat dilakukan dengan cara memasang papan pengumuman di dalam kantor yang dapat terbaca dengan jelas. Atau, untuk nasabah yang memiliki kontribusi yang cukup besar, BMT sebaiknya berinisiatif menghubunginya untuk menginformasikan berbagai macam perubahan yang terjadi.

Dimensi keterlibatan total (X_2) terbukti merupakan variabel independen

dengan pengaruh dominan keempat terhadap kepuasan nasabah (Y) setelah variabel fokus pada pelanggan (X_1), variabel pengukuran (X_3), dan variabel perbaikan berkesinambungan (X_5). Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial variabel pengukuran, yaitu sebesar 0,082. Maka sebaiknya, pihak manajemen memperbaiki indikator yang termasuk dalam variabel dimensi keterlibatan total Perbaikan pada indikator pengetahuan karyawan dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan yang bersifat teknis, yaitu untuk meningkatkan kemampuan karyawan pada bidangnya. Sedangkan perbaikan pada indikator kedua dapat dilakukan dengan cara melatih karyawan untuk dapat berinteraksi dengan baik kepada nasabah. Sebab, BMT Republika Kabupaten Kebumen merupakan perusahaan yang menawarkan produk layanan jasa, sehingga tujuan perusahaan pada laba jangka panjang terletak pada kepuasan nasabah. Pada indikator mengenai sikap pimpinan, maka diharapkan kepada pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen untuk dapat meningkatkan interaksinya dengan nasabah, sebab tidak semua masalah yang dihadapi oleh nasabah dapat diselesaikan dengan baik oleh karyawan, oleh karena itu terdapat beberapa situasi yang mengharuskan pimpinan untuk turun tangan langsung dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah. Manfaat dari kesediaan pimpinan untuk turun tangan adalah dapat membuat nasabah yang menabung akan merasa bahwa pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen memiliki perhatian dan komitmen untuk meningkatkan kepuasan para nasabahnya.

Dimensi dukungan sistematis (X_4) terbukti merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap kepuasan nasabah (Y), apabila

dibandingkan dengan keempat variabel lainnya, yaitu : fokus pada pelanggan (X_1), pengukuran (X_3), perbaikan berkesinambungan (X_5), dan keterlibatan total (X_2). Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial variabel dukungan sistematis, yaitu sebesar 0,079. Maka, sebaiknya pihak manajemen secara serius melakukan perbaikan pada indikator yang termasuk dalam variabel dimensi dukungan sistematis. Perbaikan pada indikator sistem pemberian layanan dapat dilakukan dengan cara memperbaiki sistem pelayanan yang telah ada selama ini, agar dapat dijangkau dengan mudah oleh semua nasabah. Hal itu dapat dilakukan dengan cara memberikan prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit kepada nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Pada indikator komunikasi dengan nasabah, sebaiknya pihak manajemen memperbaiki komunikasinya dengan nasabah yang menabung, agar tidak terdapat kesalahpahaman, baik pada saat menjelaskan informasi mengenai produk layanan yang diberikan, maupun pada saat pelayanan berlangsung. Hal ini penting untuk dilakukan, sebab ketentuan menabung di BMT hampir sama dengan ketentuan menabung di bank syari'ah yang tidak menerapkan sistem bunga, sehingga ketentuan-ketentuan yang ada sangat berbeda dengan ketentuan menabung pada sistem perbankan konvensional yang telah sangat lama dikenal oleh masyarakat.

Angka yang ditunjukkan pada pembahasan di atas diperoleh melalui uji hipotesis, yaitu uji koefisien determinasi parsial. Selain dengan menggunakan koefisien determinasi dan koefisien determinasi parsial, uji hipotesis lain yang digunakan pada penelitian ini adalah uji F dan uji t. Hasil uji F menunjukkan bahwa kelima dimensi *total quality service* secara bersama-sama memiliki

pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t juga membuktikan bahwa masing-masing dari kelima dimensi *total quality service* secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Selain menggunakan uji hipotesis, penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis deskriptif pada variabel dimensi *total quality service* bahwa menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada variabel pengukuran (X_3), yaitu pada pertanyaan mengenai standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT dalam memberikan pelayanan ($X_{3,1}$), dengan rata-rata sebesar 4,07. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator mengenai standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT dalam memberikan pelayanan ($X_{3,1}$) adalah sangat setuju. Sedangkan rata-rata terendah dari jawaban responden pada variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1), yaitu pada pertanyaan mengenai kemampuan BMT dalam memberikan kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah ($X_{1,3}$) dengan rata-rata sebesar 3,83. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kemampuan BMT dalam memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan nasabah ($X_{1,3}$) adalah setuju. Secara umum, rata-rata jawaban responden tertinggi terletak pada variabel pengukuran (X_3) yaitu sebesar 4,06 dan terendah pada fokus pada pelanggan (X_1) yaitu 3,87. Total rata-rata jawaban responden pada dimensi *total quality service* adalah sebesar 3,97.

Sedangkan berdasarkan rata-rata pada Tabel 4.5, kepuasan nasabah dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada variabel kepuasan terhadap fokus pada pelanggan (Y_1), yaitu pada pertanyaan mengenai kemampuan BMT dalam menyediakan produk layanan jasa yang sesuai dengan

kebutuhan nasabah ($Y_{1.2}$), dengan rata-rata sebesar 4,04. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kepuasan nasabah terhadap penyediaan layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah ($Y_{1.2}$) adalah puas. Sedangkan rata-rata terendah dari jawaban responden juga terletak pada variabel kepuasan terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y_1), yaitu pada pertanyaan mengenai fasilitas dalam kantor yang menunjang kenyamanan ($Y_{1.1}$), dengan rata-rata sebesar 3,90. Dengan demikian, maka kriteria penilaian jawaban pada indikator kepuasan nasabah terhadap fasilitas dalam kantor yang menunjang kenyamanan ($Y_{1.1}$), adalah puas. Secara umum, rata-rata jawaban responden tertinggi terletak pada variabel kepuasan terhadap dukungan sistematis (Y_4) yaitu sebesar 3,98 dan terendah pada variabel kepuasan terhadap pengukuran (Y_3) yaitu sebesar 3,92. Sedangkan total rata-rata jawaban responden pada kepuasan nasabah adalah sebesar 3,96.

Hasil regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa kelima dimensi *total quality service* (X) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan oleh kelima koefisien regresi pada variabel dimensi *total quality service* (X) memperlihatkan hubungan yang searah dengan peningkatan kepuasan nasabah (Y).

Untuk mengetahui berbanding lurus tidaknya masing-masing dari kelima variabel dimensi *total quality service* tersebut terhadap kepuasan, maka dilakukan analisis regresi linier berganda terhadap data jawaban responden yang diperoleh. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa masing-masing dari kelima variabel dimensi *total quality service* sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif yang berbanding lurus terhadap kepuasan nasabah. Supaya

model regresi linier berganda tersebut dapat dikatakan sebagai model yang baik yaitu, maka model regresi linier berganda tersebut harus memenuhi asumsi normalitas data, atau dengan kata lain terbebas dari tiga asumsi klasik statistik, yaitu multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Oleh karena itu, dilakukan uji asumsi klasik statistik pada model regresi linier berganda yang telah diperoleh. Setelah diadakan uji asumsi klasik statistik, maka hasil yang diperoleh adalah model regresi linier tersebut tiga asumsi klasik statistik di atas, atau dapat dikatakan bahwa model regresi linier berganda tersebut telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat satu uji statistik non parametrik yang digunakan, yaitu uji peringkat bertanda Wilcoxon. Hasil dari uji peringkat bertanda Wilcoxon membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi responden (nasabah) terhadap dimensi *total quality service* dengan kepuasan responden (nasabah) yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif antara dimensi *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai dari koefisien determinasi sebesar 70,3%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen dipengaruhi sebesar 70,3% oleh dimensi *total quality service*.
2. Dimensi fokus pada pelanggan terbukti merupakan variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,144.
3. Dimensi dukungan sistematis merupakan variabel independen yang paling kecil pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yang menabung BMT Republika Kabupaten Kebumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,079.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan pada halaman sebelumnya, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. BMT Republika Kabupaten Kebumen sebaiknya mempertahankan penerapan dimensi *total quality service* pada pemberian pelayan terhadap nasabah yang menabung. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi yang mendekati angka 1 (100%), yakni sebesar 70,3%.
2. BMT Republika Kabupaten Kebumen diharapkan untuk mempertahankan indikator yang termasuk dalam dimensi fokus pada pelanggan. Sebab, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi fokus pada pelanggan memiliki pengaruh positif yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi parsial dimensi fokus pada pelanggan paling besar dibandingkan dengan keempat dimensi lainnya, yaitu sebesar 0,144. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menambah fasilitas dalam kantor BMT Republika Kabupaten Kebumen sehingga dapat menunjang kenyamanan bagi nasabah yang menabung pada saat melakukan transaksi. Dari segi produk jasa yang ditawarkan, sebaiknya BMT Republika Kabupaten Kebumen juga meningkatkan kualitasnya serta memberikan produk jasa layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya yang menabung.
3. BMT Republika Kabupaten Kebumen sebaiknya memperbaiki indikator yang termasuk dalam dimensi dukungan sistematis. Sebab, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dukungan sistematis memiliki pengaruh positif yang paling kecil terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi parsial dimensi dukungan sistematis paling kecil dibandingkan dengan keempat dimensi lainnya, yaitu sebesar

0,079. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperbaiki sistem pelayanan yang telah ada selama ini, agar dapat dijangkau dengan mudah oleh semua nasabah. Salah satunya adalah dengan memberikan prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit kepada nasabah yang menabung di BMT Republika Kabupaten Kebumen. Selain itu, sebaiknya pihak manajemen memperbaiki komunikasinya dengan nasabah yang menabung, agar tidak terdapat kesalahpahaman, baik pada saat menjelaskan informasi mengenai produk layanan jasa yang diberikan, maupun pada saat pelayanan berlangsung. Hal ini penting untuk dilakukan, sebab ketentuan menabung di BMT hampir sama dengan ketentuan menabung di bank syari'ah yaitu tidak menerapkan sistem bunga, sehingga ketentuan-ketentuan yang ada sangat berbeda dengan ketentuan menabung pada sistem perbankan konvensional yang telah sangat lama dikenal oleh masyarakat. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya pada Bab I, menabung di BMT merupakan pilihan bagi masyarakat Kabupaten Kebumen yang ingin meninggalkan sistem bunga yang dianut oleh perbankan konvensional, namun masih terbentur oleh kondisi di mana belum ada bank syari'ah yang beroperasi di Kabupaten Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal Ihsan, (2003). "Fatwa MUI Haramkan Bunga" *Tempo*interaktif, 16 Desember. Diambil 17 Maret 2007, dari www.tempointeraktif.com
- Azwar, Saifuddin. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Boedijoewono, Nugroho (2001). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Jilid 2. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (terj.). (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1 Jakarta : Prenhallindo
- _____, Philip dan Armstrong, Gary. (terj.). (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 2 Jakarta : Indeks
- Kuncoro, Mudrajad. (2001). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, H. Christopher dan Wright, K. Lauren (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat
- Martono (2002), *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Mowen, John C. dan Michael Minor (terj.). (2002), *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Agung.B (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
- Parker, Doreen (1997), "Total Quality Service at the Victoria University of Technology Library", *Australian Academic and Research Libraries*, Vol. 26 No.1(Maret), 25-32. Diambil 17 Maret 2007, dari <http://eprints.vu.edu.au/articles.html>
- Rangkuti, Freddy (2004). *Riset Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka.

- Ridwan, Muhammad. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*
Yogyakarta : UII Press
- Santoso, Singgih (2006). *Menggunakan SPSS Statistik Non Parametrik*. Jakarta :
Elex Media Komputindo
- Sugiyono, (2005), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, Bandung:
Alfabeta.
- Sureshchandar, G.S (2003). "The Influence of Total Quality Service Age on
Quality and Operational Performance." *Bussiness Excellence*, Vol. 14, No.
9 (November), 1033-1052
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____, Fandy. (2004). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi
Offset
- Transistari, Ralina (1998), *Strategi Pemasaran Organisasi Jasa dengan
Pendekatan Total Quality Service*, *Kajian Bisnis*, No.13, h.61-70.
- Wibisono, Yusuf (2005). *Metode Statistik*. Yogyakarta : Gadjah Mada University
Press

Kepada Yth. Bpk / Ibu / Sdra / Sdri
Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen
Di Tempat

Dengan Hormat

Saya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang sedang melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Nasabah BMT Republika Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Pengaruh Total Quality Service.”**

Penelitian tersebut saya lakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar jenjang S1. Untuk kepentingan penelitian tersebut maka diperlukan adanya data primer yang diperoleh melalui kuisioner ini. Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan dari Bapak / Ibu / Saudara / Saudari untuk mengisi kuisioner ini.

Demikianlah, atas partisipasi dan bantuan Anda, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Azhar Firdaus

ANGKET PENELITIAN

Pertanyaan I : Total Quality Service (TQS)

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap jawaban yang tersedia, berkaitan dengan pendapat Saudara terhadap penerapan *total quality service* pada pelayanan yang diberikan, setelah menggunakan jasa layanan dari BMT Republika Kabupaten Kebumen, dengan kriteria sebagai berikut :

- SS / Sangat Setuju = nilai 5
- S / Setuju = nilai 4
- CS / Cukup Setuju = nilai 3
- TS / Tidak Setuju = nilai 2
- STS / Sangat Tidak Setuju = nilai 1

1. Fokus pada Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Fasilitas yang ada dalam kantor BMT Republika Kabupaten Kebumen telah mendukung kenyamanan selama proses pemberian layanan berlangsung					
2	Kebutuhan nasabah terpenuhi melalui produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen					
3	Kualitas layanan dan produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen telah sesuai dengan keinginan nasabah					

2. Keterlibatan Total

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memiliki penguasaan pengetahuan dan wawasan yang baik mengenai produk jasa yang ditawarkan					
2	Karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen menunjukkan sikap yang baik selama memberikan layanan kepada nasabah					

3	Pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen bersedia untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah					
---	---	--	--	--	--	--

3. Pengukuran

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Standar kinerja yang ditetapkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen dalam memberikan pelayanan sudah baik					
2	BMT Republika Kabupaten Kebumen berusaha untuk melakukan koreksi apabila terdapat penyimpangan yang mungkin terjadi dalam pemberian layanan					

4. Dukungan Sistematis

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Sistem pelayanan yang diterapkan BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.					
2	Komunikasi yang dijalin oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen dengan nasabahnya telah berjalan dengan baik					

5. Perbaikan Berkesinambungan

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memberikan kesempatan kepada nasabahnya untuk memberi masukan.					
2	BMT Republika Kabupaten Kebumen mampu mengantisipasi perubahan kebutuhan nasabahnya serta selalu memberitahu para nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi.					

Pertanyaan Kedua : Kepuasan Nasabah

Mohon untuk memberikan tanda (\surd) pada setiap jawaban yang tersedia berkaitan dengan kepuasan Saudara terhadap penerapan *total quality service* pada pelayanan yang diberikan, setelah menggunakan jasa layanan dari BMT Republika Kabupaten Kebumen dengan kriteria sebagai berikut :

- SS / Sangat Setuju = nilai 5
- S / Setuju = nilai 4
- CS / Cukup Setuju = nilai 3
- TS / Tidak Setuju = nilai 2
- STS / Sangat Tidak Setuju = nilai 1

1. Fokus pada Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan fasilitas dalam kantor BMT Republika Kabupaten Kebumen karena telah mendukung kenyamanan selama proses pemberian layanan berlangsung					
2	Saya merasa puas dengan produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen karena telah memenuhi kebutuhan saya					
3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan dan produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen karena telah sesuai dengan keinginan saya					

2. Keterlibatan Total

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan penguasaan pengetahuan dan wawasan yang telah dimiliki oleh karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen mengenai produk jasa yang ditawarkan					
2	Saya merasa puas dengan karyawan BMT Republika Kabupaten Kebumen karena telah menunjukkan sikap yang baik selama memberikan pelayanan					

3	Saya merasa puas dengan pimpinan BMT Republika Kabupaten Kebumen yang bersedia untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah					
---	--	--	--	--	--	--

3. Pengukuran

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan standar kinerja yang telah ditetapkan oleh BMT Republika Kabupaten Kebumen dalam memberikan layanan kepada para nasabahnya					
2	Saya merasa puas karena BMT Republika Kabupaten Kebumen berusaha untuk melakukan koreksi apabila terdapat penyimpangan yang mungkin terjadi dalam pemberian layanan					

4. Dukungan Sistematis

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan sistem pelayanan yang diterapkan BMT Republika Kabupaten Kebumen karena telah memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan					
2	Saya merasa puas karena komunikasi antara BMT Republika Kabupaten Kebumen dengan nasabahnya telah berjalan dengan baik					

5. Perbaikan Berkesinambungan

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa puas karena BMT Republika Kabupaten Kebumen telah memberi kesempatan kepada nasabahnya untuk memberi masukan					
2	Saya merasa puas karena BMT Republika Kabupaten Kebumen mampu mengantisipasi perubahan kebutuhan para nasabahnya serta selalu memberitahu nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi.					

Lampiran II
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

UJI VALIDITAS

Uji validitas pada Variabel Dimensi Fokus Pada Pelanggan (X₁)

Correlations

		x1tot	x1.1	x1.2	x1.3
Fokus Pada Pelanggan	Pearson Correlation	1	,821**	,671**	,789**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
x1.1	Pearson Correlation	,821**	1	,347	,465**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,060	,010
	N	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	,671**	,347	1	,303
	Sig. (2-tailed)	,000	,060	.	,104
	N	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	,789**	,465**	,303	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,010	,104	.
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Dimensi Keterlibatan Total (X₂)

Correlations

		x2tot	x2.1	x2.2	x2.3
Keterlibatan total	Pearson Correlation	1	,847**	,880**	,892**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
x2.1	Pearson Correlation	,847**	1	,661**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
	N	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	,880**	,661**	1	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	,892**	,631**	,650**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Dimensi Pengukuran (X₃)

Correlations

		x3tot	x3.1	x3.2
Pengukuran	Pearson Correlation	1	,923**	,896**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
x3.1	Pearson Correlation	,923**	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	30	30	30
x3.2	Pearson Correlation	,896**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Dimensi Dukungan Sistematis (X₄)

Correlations

		x4tot	x4.1	x4.2
Dukungan Sistematis	Pearson Correlation	1	,934**	,928**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
x4.1	Pearson Correlation	,934**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	30	30	30
x4.2	Pearson Correlation	,928**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Dimensi Perbaikan Berkesinambungan (X₅)

Correlations

		x5tot	x5.1	x5.2
Perbaikan Berkesinambungan	Pearson Correlation	1	,846**	,889**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
x5.1	Pearson Correlation	,846**	1	,508**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,004
	N	30	30	30
x5.2	Pearson Correlation	,889**	,508**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Kepuasan Nasabah terhadap Dimensi Fokus Pada Pelanggan (Y₁)

Correlations

		y1tot	y1.1	y1.2	y1.3
Fokus Pada Pelanggan	Pearson Correlation	1	,814**	,731**	,685**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
y1.1	Pearson Correlation	,814**	1	,392*	,375*
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,032	,041
	N	30	30	30	30
y1.2	Pearson Correlation	,731**	,392*	1	,227
	Sig. (2-tailed)	,000	,032	.	,229
	N	30	30	30	30
y1.3	Pearson Correlation	,685**	,375*	,227	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,041	,229	.
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji validitas pada Kepuasan Nasabah terhadap Dimensi Keterlibatan Total (Y₂)

Correlations

		y2tot	y2.1	y2.2	y2.3
Keterlibatan Total	Pearson Correlation	1	,805**	,755**	,677**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
y2.1	Pearson Correlation	,805**	1	,494**	,313
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,006	,093
	N	30	30	30	30
y2.2	Pearson Correlation	,755**	,494**	1	,197
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	.	,296
	N	30	30	30	30
y2.3	Pearson Correlation	,677**	,313	,197	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,093	,296	.
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Kepuasan Nasabah terhadap Dimensi Pengukuran (Y₃)

Correlations

		y3tot	y3.1	y3.2
Pengukuran	Pearson Correlation	1	,856**	,846**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
y3.1	Pearson Correlation	,856**	1	,449*
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,013
	N	30	30	30
y3.2	Pearson Correlation	,846**	,449*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Kepuasan Nasabah terhadap Dimensi Dukungan Sistematis (Y₄)

Correlations

		y4tot	y4.1	y4.2
Dukungan Sistematis	Pearson Correlation	1	,867**	,866**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
y4.1	Pearson Correlation	,867**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	30	30	30
y4.2	Pearson Correlation	,866**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada Variabel Kepuasan Nasabah terhadap Dimensi Perbaikan Berkesinambungan (Y₅)

Correlations

		y5tot	y5.1	y5.2
Perbaikan Berkesinambungan	Pearson Correlation	1	,915**	,929**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	30	30	30
y5.1	Pearson Correlation	,915**	1	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	30	30	30
y5.2	Pearson Correlation	,929**	,701**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Uji Reliabilitas variabel dimensi Fokus pada Pelanggan (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,641	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,00	3,655	1,912	3

Uji Reliabilitas variabel dimensi Keterlibatan Total (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,87	4,533	2,129	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,87	4,533	2,129	3

Uji Reliabilitas variabel dimensi Pengukuran (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,13	2,257	1,502	2

Uji Reliabilitas variabel dimensi Dukungan Sistematis (X₄)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,27	2,685	1,639	2

Uji Reliabilitas variabel dimensi Perbaikan Berkesinambungan (X_5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,00	2,069	1,438	2

Uji Reliabilitas pada variabel kepuasan terhadap dimensi Fokus pada Pelanggan (Y_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,600	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,40	3,214	1,793	3

Uji Reliabilitas pada variabel kepuasan terhadap dimensi Keterlibatan Total (Y₂)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,601	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,43	4,254	2,063	3

Uji Reliabilitas pada variabel kepuasan terhadap dimensi Pengukuran (Y₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,619	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,33	2,161	1,470	2

Uji Reliabilitas pada variabel kepuasan terhadap dimensi Dukungan Sistematis (Y₄)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,17	3,178	1,783	2

Uji Reliabilitas pada variabel kepuasan terhadap dimensi Perbaikan Berkesinambungan (Y₅)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	31,3
	Excluded ^a	66	68,8
	Total	96	100,0

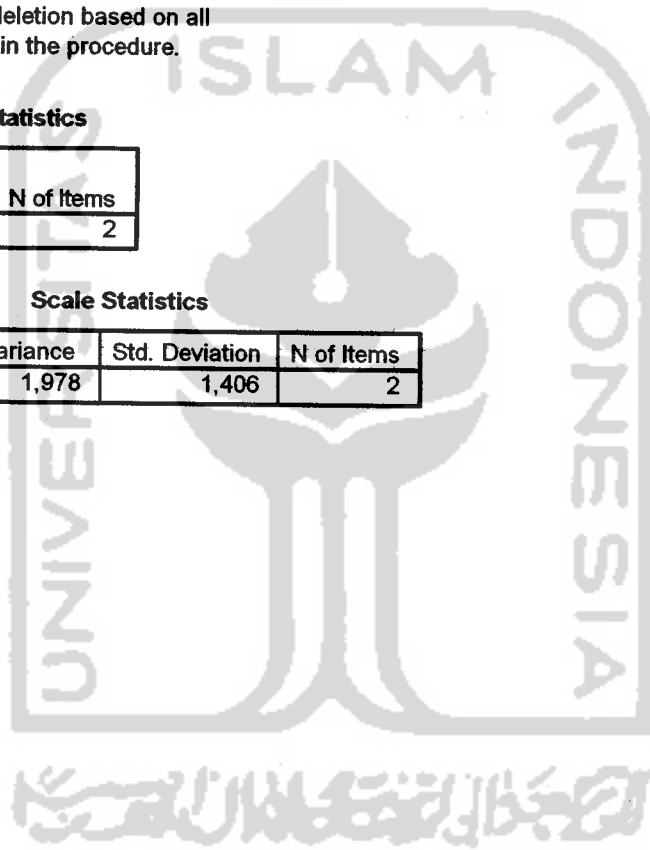
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8,43	1,978	1,406	2



Lampiran III

Rekapitulasi Jawaban 96 responden pada variabel dimensi *total quality service*

No	Fokus pada Pelanggan (X1)			Keterlibatan Total (X2)			Pengukuran (X3)			Dukungan Sistematis (X4)			Perbaikan Berkesinambungan (X5)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3	X4.1	X4.2	X4	X5.1	X5.2	X5					
1	4	4	3	11	3,67	4	5	14	4,67	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00	4	4	4	8	4,00
2	3	5	4	12	4,00	5	5	15	5,00	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	3	5	5	8	4,00
3	4	5	5	14	4,67	5	4	14	4,67	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	5	5	5	10	5,00
4	4	5	3	12	4,00	4	5	13	4,33	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	4	9	4,50
5	5	4	4	13	4,33	3	4	10	3,33	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50	4	4	3	7	3,50
6	3	4	4	11	3,67	4	5	14	4,67	5	5	10	5,00	5	4	9	4,50	4	5	5	9	4,50
7	2	3	3	8	2,67	3	3	8	2,67	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	3	2	2	5	2,50
8	5	5	3	13	4,33	5	4	14	4,67	3	5	8	4,00	5	4	9	4,50	4	4	4	8	4,00
9	3	5	5	13	4,33	3	3	4	10	3,33	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00
10	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	4	3	7	3,50
11	5	4	4	13	4,33	3	4	3	10	3,33	5	5	10	5,00	4	5	9	4,50	3	4	7	3,50
12	4	4	5	13	4,33	3	3	3	9	3,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	5	5	10	5,00
13	2	3	2	7	2,33	3	3	2	8	2,67	2	2	4	2,00	2	2	4	2,00	2	2	4	2,00
14	5	4	5	14	4,67	4	4	3	11	3,67	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00
15	5	4	5	14	4,67	4	5	5	14	4,67	5	4	9	4,50	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00
16	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00	5	4	9	4,50	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00
17	5	5	4	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00
18	4	3	3	10	3,33	5	5	4	14	4,67	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00
19	3	4	3	10	3,33	4	5	5	14	4,67	3	3	6	3,00	3	5	8	4,00	4	5	9	4,50
20	5	5	4	14	4,67	4	3	3	10	3,33	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00	5	4	9	4,50
21	4	4	4	12	4,00	4	3	4	11	3,67	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	5	4	9	4,50
22	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00	4	4	8	4,00	5	4	9	4,50	3	4	7	3,50
23	5	4	4	13	4,33	5	5	5	15	5,00	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	4	5	9	4,50
24	4	5	4	13	4,33	4	4	3	11	3,67	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00
25	3	5	3	11	3,67	3	3	3	9	3,00	4	5	9	4,50	5	4	9	4,50	5	4	9	4,50
26	3	3	3	9	3,00	4	4	5	13	4,33	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00	5	5	10	5,00
27	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00
28	4	5	5	14	4,67	4	4	3	11	3,67	3	4	7	3,50	4	4	8	4,00	3	4	7	3,50
29	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	4	5	9	4,50
30	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	4	3	7	3,50
31	4	5	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00	5	4	9	4,50
32	3	5	3	11	3,67	4	4	5	13	4,33	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50	5	3	8	4,00

No	Fokus pada Pelanggan (X1)					Keterlibatan Total (X2)					Pengukuran (X3)					Dukungan Sistematis (X4)					Perbaikan Berkesinambungan (X5)				
	X1.1	X1.2	X1.3	Xtot	X1	X2.1	X2.2	X2.3	Xtot	X2	X3.1	X3.2	X3	X3.1	X3.2	X3	X4.1	X4.2	Xtot	X4	X5.1	X5.2	Xtot	X5	
33	4	3	3	10,00	3,33	4	5	5,00	14	4,67	4	5	9,00	4,50	5	4	6	4	9,00	4,50	3	3	6,00	3,00	
34	4	5	4	13,00	4,33	5	5	5,00	15	5,00	3	3	6,00	3,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	3	8,00	4,00	
35	3	4	3	10,00	3,33	5	5	3,00	13	4,33	4	4	8,00	4,00	5	5	5	5	10,00	5,00	4	4	8,00	4,00	
36	4	4	5	13,00	4,33	5	4	5,00	14	4,67	5	5	10,00	5,00	5	5	3	3	6,00	3,00	5	5	10,00	5,00	
37	4	4	4	12,00	4,00	3	4	4,00	11	3,67	5	5	10,00	5,00	5	5	4	4	8,00	4,00	4	4	8,00	4,00	
38	4	4	4	12,00	4,00	3	4	4,00	11	3,67	4	4	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
39	5	3	5	13,00	4,33	4	4	3,00	11	3,67	4	4	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
40	3	5	4	12,00	4,00	4	4	4,00	12	4,00	3	3	6,00	3,00	3	3	5	5	10,00	5,00	5	5	10,00	5,00	
41	2	2	3	7,00	2,33	3	3	2,00	8	2,67	2	2	4,00	2,00	2	2	4	4	8,00	4,00	2	2	4,00	2,00	
42	4	5	5	14,00	4,67	5	4	5,00	14	4,67	3	3	6,00	3,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
43	4	4	4	12,00	4,00	3	3	5,00	11	3,67	5	5	10,00	5,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
44	5	4	5	14,00	4,67	5	4	4,00	13	4,33	5	4	9,00	4,50	4	4	3	3	6,00	3,00	5	5	10,00	5,00	
45	3	4	4	11,00	3,67	3	5	4,00	12	4,00	4	4	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
46	5	4	3	12,00	4,00	5	5	4,00	14	4,67	5	4	9,00	4,50	4	4	3	3	6,00	3,00	5	5	10,00	5,00	
47	3	3	5	11,00	3,67	4	5	3,00	12	4,00	5	5	10,00	5,00	5	5	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
48	3	4	5	12,00	4,00	3	3	5,00	11	3,67	4	5	9,00	4,50	4	4	4	4	8,00	4,00	3	3	6,00	3,00	
49	2	2	3	7,00	2,33	2	2	2,00	6	2,00	2	3	5,00	2,50	3	3	5	5	10,00	5,00	4	4	8,00	4,00	
50	3	3	3	9,00	3,00	5	3	4,00	12	4,00	5	5	10,00	5,00	5	5	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
51	4	5	4	13,00	4,33	4	4	4,00	12	4,00	3	5	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
52	3	4	3	10,00	3,33	4	5	5,00	14	4,67	5	5	10,00	5,00	4	4	4	4	8,00	4,00	3	3	6,00	3,00	
53	5	4	5	14,00	4,67	4	5	5,00	14	4,67	4	4	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
54	4	4	3	11,00	3,67	4	3	4,00	11	3,67	5	4	9,00	4,50	3	3	5	5	10,00	5,00	4	4	8,00	4,00	
55	5	4	4	13,00	4,33	5	4	4,00	13	4,33	4	4	9,00	4,50	4	4	4	4	8,00	4,00	4	4	8,00	4,00	
56	4	4	4	12,00	4,00	4	4	5,00	13	4,33	4	5	9,00	4,50	4	4	4	4	8,00	4,00	4	4	8,00	4,00	
57	2	2	2	6,00	2,00	3	3	2,00	8	2,67	3	3	6,00	3,00	3	3	4	4	8,00	4,00	4	4	8,00	4,00	
58	5	4	4	13,00	4,33	4	5	4,00	13	4,33	5	5	10,00	5,00	5	5	5	5	10,00	5,00	2	2	4,00	2,00	
59	4	4	4	12,00	4,00	5	4	5,00	14	4,67	5	4	9,00	4,50	5	5	5	5	10,00	5,00	3	3	6,00	3,00	
60	5	5	3	13,00	4,33	5	5	5,00	15	5,00	5	4	9,00	4,50	4	4	4	4	8,00	4,00	5	5	10,00	5,00	
61	3	3	4	10,00	3,33	4	4	5,00	13	4,33	5	5	10,00	5,00	4	4	3	3	6,00	3,00	4	4	8,00	4,00	
62	4	5	5	14,00	4,67	4	5	5,00	14	4,67	4	5	9,00	4,50	3	3	3	3	6,00	3,00	4	4	8,00	4,00	
63	5	4	4	13,00	4,33	5	5	4,00	14	4,67	4	4	8,00	4,00	4	4	4	4	8,00	4,00	4	4	8,00	4,00	
64	4	3	3	10,00	3,33	3	3	5	11	3,67	5	5	10,00	5,00	5	5	3	3	6,00	3,00	4	4	8,00	4,00	

No	Fokus pada Pelanggan (X1)						Keterlibatan Total (X2)						Pengukuran (X3)						Dukungan Sistematis (X4)						Perbaikan Berkesinambungan (X5)					
	X1.1		X1.2		X1.3		X2.1		X2.2		X2.3		X3.1		X3.2		X3.3		X4.1		X4.2		X4.3		X5.1		X5.2		X5.3	
	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3	X4.1.1	X4.1.2	X4.1.3	X4.2.1	X4.2.2	X4.2.3	X5.1.1	X5.1.2	X5.1.3	X5.2.1	X5.2.2	X5.2.3
65	5	5	4	14	4,67	4	4	5	4	13	4,33	5	4	9	4,50	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50	4	4	4	3	7	3,50	
66	3	2	2	7	2,33	2	3	2	3	7	2,33	2	3	5	2,50	3	5	5	2,50	3	3	6	3,00	2	2	2	4	2,00		
67	5	4	4	13	4,33	4	5	5	5	14	4,67	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50	3	3	6	3,00	4	4	3	7	3,50		
68	4	4	4	12	4,00	4	3	3	3	10	3,33	3	4	7	3,50	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	4	4	4	8	4,00		
69	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	14	4,67	4	4	7	3,50	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	3	3	3	6	3,00		
70	4	4	4	12	4,00	3	4	4	4	12	4,00	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	5	5	5	10	5,00		
71	4	4	4	13	4,33	5	5	5	5	14	4,67	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
72	4	4	4	11	3,67	3	3	3	3	9	3,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00	4	4	4	8	4,00		
73	4	4	4	14	4,67	4	4	4	4	13	4,33	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	5	5	5	10	5,00		
74	2	2	3	7	2,33	3	3	3	3	9	3,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	2	2	2	4	2,00		
75	5	4	4	12	4,00	4	5	5	5	14	4,67	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	4	4	4	8	4,00		
76	5	4	5	14	4,67	3	4	4	4	11	3,67	4	3	7	3,50	4	3	7	3,50	4	3	7	3,50	3	3	3	6	3,00		
77	3	3	3	9	3,00	5	5	5	5	15	5,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
78	5	4	5	14	4,67	3	3	3	3	9	3,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	5	5	5	10	5,00		
79	3	2	3	8	2,67	3	2	2	2	7	2,33	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	5	5	4	9	4,50		
80	3	4	3	10	3,33	5	4	4	4	13	4,33	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
81	5	4	5	14	4,67	2	3	2	2	7	2,33	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00	2	2	2	4	2,00		
82	5	4	5	14	4,67	4	3	3	3	10	3,33	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00	5	5	5	10	5,00		
83	4	4	5	13	4,33	5	5	5	5	15	5,00	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
84	4	5	4	13	4,33	5	5	5	4	14	4,67	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	4	4	4	8	4,00		
85	3	3	2	8	2,67	3	4	3	3	10	3,33	2	3	5	2,50	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	3	3	3	6	3,00		
86	4	4	4	12	4,00	5	3	3	3	11	3,67	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
87	4	4	3	12	4,00	5	3	3	3	11	3,67	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00	3	3	3	6	3,00		
88	5	4	4	13	4,33	3	3	3	3	11	3,67	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
89	3	4	3	10	3,33	5	3	4	4	12	4,00	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00	4	4	4	8	4,00		
90	3	4	3	10	3,33	5	3	4	4	12	4,00	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00	4	4	4	8	4,00		
91	3	2	3	8	2,67	2	5	3	3	10	3,33	2	2	4	2,00	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	4	4	4	8	4,00		
92	4	2	3	9	3,00	4	4	4	4	12	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00	4	4	4	8	4,00		
93	5	4	4	13	4,33	4	4	4	4	12	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
94	4	4	5	13	4,33	2	2	3	3	7	2,33	4	3	7	3,50	4	3	7	3,50	4	4	8	4,00	4	4	4	8	4,00		
95	4	3	3	10	3,33	5	5	3	3	13	4,33	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	5	5	4	9	4,50		
96	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	7	2,33	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	2	2	2	4	2,00		

Lampiran IV

Rekapitulasi Jawaban 96 responden pada variabel kepuasan terhadap dimensi *total quality service*

No	Fokus pada Pelanggan (X1)					Keterlibatan Total (X2)					Pengukuran (X3)					Dukungan Sistematis (X4)					Perbaikan Berkesinambungan (X5)				
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Ytot	Y1	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Ytot	Y2	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Ytot	Y3	Y4.1	Y4.2	Ytot	Y4	Y5.1	Y5.2	Ytot	Y5		
1	5	4	4	13	4,33	5	4	3	12	4,00	5	4	9	9	4,50	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00		
2	5	4	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	4	4	8	8	4,00	5	4	9	4,50	3	3	6	3,00		
3	5	5	4	14	4,67	5	5	5	15	5,00	4	5	9	9	4,50	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00		
4	3	4	4	11	3,67	3	3	5	11	3,67	3	3	6	6	3,00	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00		
5	5	3	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67	5	4	9	9	4,50	4	3	7	3,50	4	5	9	4,50		
6	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	5	9	9	4,50	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50		
7	2	2	3	7	2,33	2	2	2	6	2,00	2	2	4	4	2,00	2	2	4	2,00	4	4	8	4,00		
8	4	5	4	13	4,33	3	4	5	12	4,00	4	3	7	7	3,50	4	4	8	4,00	3	2	5	2,50		
9	3	5	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	5	10	10	5,00	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00		
10	5	5	3	13	4,33	5	4	3	12	4,00	4	4	8	8	4,00	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00		
11	4	5	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	4	5	9	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50		
12	4	3	3	10	3,33	5	4	5	14	4,67	5	3	8	8	4,00	5	3	8	4,00	5	5	10	5,00		
13	2	3	3	8	2,67	2	2	2	6	2,00	2	3	5	5	2,50	2	1	3	1,50	4	4	8	4,00		
14	5	5	4	14	4,67	5	5	4	14	4,67	5	4	9	9	4,50	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00		
15	5	5	4	14	4,67	5	3	5	13	4,33	4	4	8	8	4,00	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00		
16	4	4	3	11	3,67	4	3	5	12	4,00	4	5	9	9	4,50	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00		
17	4	5	4	13	4,33	5	3	5	13	4,33	5	5	10	10	5,00	5	4	9	4,50	3	3	6	3,00		
18	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67	5	4	9	9	4,50	5	4	9	4,50	5	4	9	4,50		
19	4	4	3	11	3,67	5	5	5	15	5,00	5	3	8	8	4,00	4	5	9	4,50	5	4	9	4,50		
20	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00	5	5	10	10	5,00	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00		
21	3	4	3	10	3,33	3	5	4	12	4,00	5	5	10	10	5,00	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00		
22	4	5	5	14	4,67	5	5	3	13	4,33	5	3	8	8	4,00	3	3	6	3,00	5	4	9	4,50		
23	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	4	5	9	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50		
24	5	3	5	13	4,33	4	5	3	12	4,00	5	4	9	9	4,50	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00		
25	4	4	5	13	4,33	5	4	5	14	4,67	4	4	8	8	4,00	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00		
26	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33	5	5	10	10	5,00	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00		
27	5	4	5	14	4,67	5	5	3	13	4,33	4	4	8	8	4,00	5	4	9	4,50	4	5	9	4,50		
28	5	5	4	14	4,67	4	3	3	10	3,33	3	3	6	6	3,00	3	3	6	3,00	3	4	7	3,50		
29	4	4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67	5	4	9	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50		
30	5	4	5	14	4,67	4	5	4	13	4,33	5	4	9	9	4,50	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00		
31	5	3	4	12	4,00	4	4	4	12	3,67	5	4	9	9	4,50	4	3	7	3,50	5	4	9	4,50		
32	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33	3	3	6	6	3,00	5	5	10	5,00	5	3	8	4,00		

No	Fokus pada Pelanggan (Y1)					Keterlibatan Total (Y2)					Pengukuran (Y3)					Dukungan Sistematis (Y4)					Perbaikan Berkesinambungan (Y5)				
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1	Ytot	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2	Ytot	Y3.1	Y3.2	Y3	Ytot	Y4.1	Y4.2	Y4	Ytot	Y5.1	Y5.2	Y5	Ytot			
33	4	5	5	14	4,67	4	4	3,00	11	4	4	5	13	4,50	3	3	6	3,00	5	3	8	4,00			
34	5	4	5	14	4,67	4	4	5,00	13	4,33	5	5	14	5,00	4	3	7	3,50	4	4	8	4,00			
35	4	4	4	12	4,00	3	4	5,00	12	4	4	4	12	4,00	5	5	10	5,00	4	3	7	3,50			
36	5	5	4	14	4,67	4	5	5,00	14	4,67	4	4	13	4,00	5	4	9	4,50	4	5	9	4,50			
37	5	3	5	13	4,33	4	5	5,00	14	4,67	4	5	14	4,50	5	3	8	4,00	5	4	9	4,50			
38	4	4	5	13	4,33	4	5	4,00	13	4,33	3	5	12	4,00	3	3	6	3,00	4	4	7	3,50			
39	5	5	5	15	5,00	5	5	4,00	14	4,67	3	3	11	3,00	3	4	7	3,50	4	5	9	4,50			
40	4	3	4	11	3,67	3	4	4,00	11	3,33	2	3	8	2,50	5	4	9	4,50	3	3	6	3,00			
41	3	3	3	9	3,00	3	3	2,00	8	2,67	1	2	6	1,50	2	2	4	2,00	4	4	8	4,00			
42	3	5	4	12	4,00	5	4	5,00	14	4,67	4	4	13	4,00	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00			
43	4	5	4	13	4,33	3	5	4,00	12	4	3	4	11	3,50	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00			
44	4	5	4	13	4,33	5	4	4,00	13	4,33	4	3	11	3,50	4	5	9	4,50	4	4	7	3,50			
45	3	5	5	13	4,33	4	5	4,00	13	4,33	5	5	14	5,00	4	4	8	4,00	5	4	9	4,50			
46	4	4	4	12	4,00	4	3	3,00	10	3,33	4	3	10	3,50	4	5	9	4,50	3	3	6	3,00			
47	4	5	5	14	4,67	5	4	4,00	13	4,33	5	4	13	4,50	5	4	9	4,50	3	4	7	3,50			
48	4	5	4	13	4,33	4	3	4,00	11	3,67	4	3	11	3,50	3	4	7	3,50	4	4	8	4,00			
49	2	2	3	7	2,33	2	2	3,00	7	2,33	1	3	6	2,00	1	2	3	1,50	3	3	6	3,00			
50	4	5	3	12	4,00	5	4	4,00	13	4,33	5	5	14	5,00	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00			
51	4	4	5	13	4,33	3	4	5,00	12	4,00	5	4	13	4,50	5	5	10	5,00	3	3	6	3,00			
52	4	5	4	13	4,33	4	4	5,00	13	4,33	4	3	11	3,50	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00			
53	4	5	3	12	4,00	4	4	5,00	13	4,33	4	5	13	4,50	5	4	9	4,50	3	3	6	3,00			
54	4	5	4	13	4,33	3	4	4,00	11	3,67	4	5	13	4,50	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00			
55	5	4	5	14	4,67	4	4	4,00	12	4	5	5	14	5,00	3	4	7	3,50	5	5	10	5,00			
56	5	4	4	13	4,33	5	4	5,00	14	4,67	5	5	15	5,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00			
57	3	3	2	8	2,67	2	2	3,00	7	2,33	2	3	7	2,50	2	2	4	2,00	4	5	9	4,50			
58	4	5	5	14	4,67	4	4	4,00	12	4	3	3	10	3,00	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00			
59	3	5	5	13	4,33	4	5	5,00	14	4,67	5	4	14	4,50	4	5	9	4,50	3	3	6	3,00			
60	5	4	5	14	4,67	3	4	5,00	12	4,00	4	3	11	3,50	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00			
61	4	5	4	13	4,33	4	4	5,00	13	4,33	3	3	10	3,00	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00			
62	4	5	5	14	4,67	4	4	3,00	11	3,67	3	3	10	3,00	4	5	9	4,50	3	4	7	3,50			
63	3	4	4	11	3,67	4	3	5,00	12	4	3	5	12	4,00	5	5	10	5,00	5	3	8	4,00			
64	2	3	3	8	2,67	3	3	3	9	3	4	4	11	4,00	4	5	9	4,50	5	5	10	5,00			

No	Fokus pada Pelanggan (Y1)				Keterlibatan Total (Y2)					Pengukuran (Y3)				Dukungan Sistematis (Y4)				Perbaikan Berkesinambungan (Y5)				
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Ytot	Y1	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Ytot	Y2	Y3.1	Y3.2	Ytot	Y3	Y4.1	Y4.2	Ytot	Y4	Y5.1	Y5.2	Ytot	Y5
	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	9	4,50	3	5	8	4,00	4	5	9	4,50
65	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00	4	5	9	4,50	3	5	8	4,00	4	5	9	4,50
66	1	2	2	5	1,67	3	2	2	7	2,33	3	3	6	3,00	3	2	5	2,50	4	5	9	4,50
67	3	5	3	11	3,67	3	3	4	10	3,33	5	4	9	4,50	4	5	9	4,50	2	3	5	2,50
68	3	4	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67	5	4	9	4,50	5	3	8	4,00	4	3	7	3,50
69	4	4	3	11	3,67	5	3	5	13	4,33	3	4	7	3,50	3	3	6	3,00	3	3	6	3,00
70	5	5	3	13	4,33	5	3	3	11	3,67	3	4	7	3,50	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00
71	5	4	4	13	4,33	3	4	4	11	3,67	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50
72	5	4	5	14	4,67	4	4	5	13	4,33	2	3	5	2,50	4	4	8	4,00	4	3	7	3,50
73	4	5	4	13	4,33	4	3	5	12	4,00	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50	3	3	6	3,00
74	4	5	5	14	4,67	5	4	5	14	4,67	4	4	8	4,00	5	5	10	5,00	5	5	10	5,00
75	2	2	2	6	2,00	2	2	2	6	2,00	1	2	3	1,50	2	2	4	2,00	4	5	9	4,50
76	4	5	5	14	4,67	5	5	4	14	4,67	3	3	6	3,00	4	4	8	4,00	3	3	6	3,00
77	3	3	4	10	3,33	5	5	4	14	4,67	3	4	7	3,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50
78	4	5	4	13	4,33	3	4	4	11	3,67	5	4	9	4,50	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00
79	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33	5	4	9	4,50	5	4	9	4,50	4	4	8	4,00
80	2	2	2	6	2,00	2	3	3	8	2,67	2	3	5	2,50	1	2	3	1,50	4	4	8	4,00
81	4	3	4	11	3,67	5	5	3	13	4,33	5	5	10	5,00	4	5	9	4,50	3	2	5	2,50
82	4	4	3	11	3,67	3	4	3	10	3,33	5	3	8	4,00	3	4	7	3,50	3	4	7	3,50
83	4	5	4	13	4,33	4	4	5	13	4,33	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00
84	5	4	5	14	4,67	5	4	5	14	4,67	3	5	8	4,00	3	4	7	3,50	5	4	9	4,50
85	2	3	3	8	2,67	4	5	4	13	4,33	4	5	9	4,50	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50
86	2	2	3	7	2,33	2	3	2	7	2,33	3	2	5	2,50	2	3	5	2,50	4	4	8	4,00
87	5	4	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67	5	4	9	4,50	4	5	9	4,50	2	3	5	2,50
88	3	3	3	9	3,00	4	5	5	14	4,67	2	2	4	2,00	4	5	9	4,50	2	3	5	2,50
89	3	3	4	10	3,33	3	3	4	10	3,33	5	5	10	5,00	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00
90	5	4	4	13	4,33	3	3	3	9	3,00	5	5	10	5,00	5	4	9	4,50	5	5	10	5,00
91	3	2	2	7	2,33	2	2	2	6	2,00	2	3	5	2,50	3	2	5	2,50	4	3	7	3,50
92	4	4	3	11	3,67	5	5	4	14	4,67	4	5	9	4,50	4	5	9	4,50	2	2	4	2,00
93	4	4	5	13	4,33	4	3	5	12	4,00	5	5	10	5,00	4	4	8	4,00	4	3	7	3,50
94	4	4	5	13	4,33	5	5	5	15	5,00	4	4	8	4,00	4	4	8	4,00	4	5	9	4,50
95	4	4	5	13	4,33	4	5	4	13	4,33	5	3	8	4,00	3	5	8	4,00	4	4	8	4,00
96	3	2	3	8	2,67	3	2	3	8	2,67	2	2	4	2,00	2	2	4	2,00	3	3	6	3,00

Lampiran V :

Frekuensi dan rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi *total quality service*

**TABEL RATA-RATA JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL DIMENSI
TOTAL QUALITY SERVICE (X)**

Rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi fokus pada pelanggan (X1)

Descriptive Statistics

	N	Mean
x1.1	96	3,88
x1.2	96	3,91
x1.3	96	3,83
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi keterlibatan total (X2)

Descriptive Statistics

	N	Mean
x2.1	96	3,92
x2.2	96	4,04
x2.3	96	3,88
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi pengukuran (X3)

Descriptive Statistics

	N	Mean
x3.1	96	4,07
x3.2	96	4,04
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi dukungan sistematis (X4)

Descriptive Statistics

	N	Mean
x4.1	96	3,99
x4.2	96	4,05
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X5)

Descriptive Statistics

	N	Mean
x5.1	96	3,95
x5.2	96	3,92
Valid N (listwise)	96	

**TABEL FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL DIMENSI
TOTAL QUALITY SERVICE (X)**

Tabel jawaban responden pada variabel dimensi fokus pada pelanggan (X1)

	Frequency	Percent
Valid 2,00	2	2,1
2,33	5	5,2
2,67	4	4,2
3,00	4	4,2
3,33	13	13,5
3,67	8	8,3
4,00	17	17,7
4,33	25	26,0
4,67	17	17,7
5,00	1	1,0
Total	96	100,0

Tabel jawaban responden pada variabel dimensi keterlibatan total (X2)

		Frequency	Percent
Valid	2,00	1	1,0
	2,33	5	5,2
	2,67	4	4,2
	3,00	6	6,3
	3,33	8	8,3
	3,67	16	16,7
	4,00	10	10,4
	4,33	17	17,7
	4,67	23	24,0
	5,00	6	6,3
	Total	96	100,0

Tabel jawaban responden pada variabel dimensi pengukuran (X3)

		Frequency	Percent
Valid	2,00	3	3,1
	2,50	3	3,1
	3,00	14	14,6
	3,50	5	5,2
	4,00	25	26,0
	4,50	27	28,1
	5,00	19	19,8
	Total	96	100,0

Tabel jawaban responden pada variabel dimensi dukungan sistematis (X4)

		Frequency	Percent
Valid	2,00	2	2,1
	2,50	3	3,1
	3,00	16	16,7
	3,50	8	8,3
	4,00	26	27,1
	4,50	21	21,9
	5,00	20	20,8
	Total	96	100,0

Tabel jawaban responden pada variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X5)

		Frequency	Percent
Valid	2,00	5	5,2
	2,50	5	5,2
	3,00	10	10,4
	3,50	14	14,6
	4,00	21	21,9
	4,50	26	27,1
	5,00	15	15,6
	Total	96	100,0



Lampiran VI :

Frekuensi dan rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah

TABEL RATA-RATA JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL KEPUASAN NASABAH TERHADAP DIMENSI *TOTAL QUALITY SERVICE* (Y)

Rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y1)

Descriptive Statistics

	N	Mean
y1.1	96	3,90
y1.2	96	4,04
y1.3	96	3,96
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total (Y2)

Descriptive Statistics

	N	Mean
y2.1	96	3,98
y2.2	96	3,91
y2.3	96	4,00
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran (Y3)

Descriptive Statistics

	N	Mean
y3.1	96	3,92
y3.2	96	3,92
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis (Y4)

Descriptive Statistics

	N	Mean
y4.1	96	3,95
y4.2	96	4,01
Valid N (listwise)	96	

Rata-rata jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y5)

Descriptive Statistics

	N	Mean
y5.1	96	3,95
y5.2	96	3,96
Valid N (listwise)	96	

TABEL FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL KEPUASAN NASABAH TERHADAP DIMENSI TOTAL QUALITY SERVICE (Y)

Tabel jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan (Y1)

	Frequency	Percent
Valid 1,67	1	1,0
2,00	2	2,1
2,33	4	4,2
2,67	5	5,2
3,00	2	2,1
3,33	6	6,3
3,67	11	11,5
4,00	10	10,4
4,33	33	34,4
4,67	21	21,9
5,00	1	1,0
Total	96	100,0

Tabel jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total (Y2)

	Frequency	Percent
Valid 1,50	2	2,1
2,00	4	4,2
2,50	7	7,3
3,00	9	9,4
3,50	10	10,4
4,00	19	19,8
4,50	31	32,3
5,00	14	14,6
Total	96	100,0

Tabel jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran (Y3)

	Frequency	Percent
Valid 1,50	2	2,1
2,00	4	4,2
2,50	7	7,3
3,00	9	9,4
3,50	10	10,4
4,00	19	19,8
4,50	31	32,3
5,00	14	14,6
Total	96	100,0

Tabel jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total (Y4)

		Frequency	Percent
Valid	1,50	3	3,1
	2,00	5	5,2
	2,50	3	3,1
	3,00	8	8,3
	3,50	8	8,3
	4,00	21	21,9
	4,50	32	33,3
	5,00	16	16,7
	Total	96	100,0

Tabel jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan (Y5)

		Frequency	Percent
Valid	2,00	1	1,0
	2,50	4	4,2
	3,00	15	15,6
	3,50	16	16,7
	4,00	22	22,9
	4,50	23	24,0
5,00	15	15,6	
Total	96	100,0	

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations	
	B			Beta				Partial	Part
1 (Constant)	,523		,244			2,146	,035		
X1 Fokus Pada Pelanggan	,227		,058	,279		3,900	,000	,380	,224
X2 Keterlibatan Total	,150		,052	,193		2,858	,005	,288	,164
X3 Pengukuran	,179		,053	,241		3,364	,001	,334	,193
X4 Dukungan Sistematis	,137		,049	,183		2,790	,006	,282	,160
X5 Perbaikan Berkesinambunga	,175		,053	,248		3,294	,001	,328	,189

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Nasabah

**Lampiran VIII :
Hasil uji asumsi klasik statistik**

Hasil uji Autokorelasi

Coefficients ^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fokus Pada Pelanggan	,646	1,547
	Keterlibatan Total	,727	1,375
	Pengukuran	,643	1,555
	Dukungan Sistematis	,769	1,301
	Perbaikan		
	Berkesinambungan	,581	1,722

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Perhitungan Durbin Watson untuk Uji Multikorelinitas

Model Summary^b

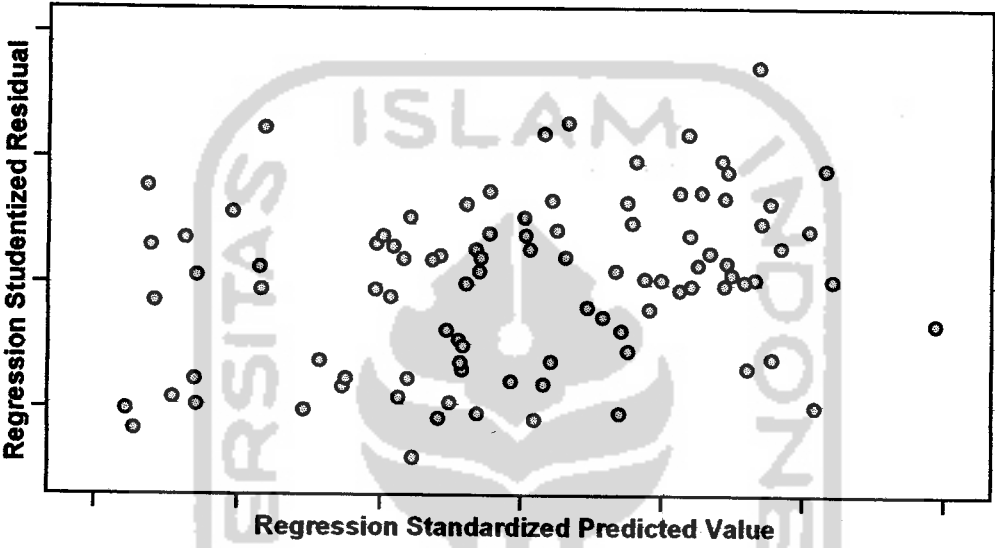
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,838 ^a	,703	,686	,32833	1,825

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Gambar Scatterpolt untuk Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable : Kepuasan Nasabah



Lampiran IX
Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
y1 - x1	Negative Ranks	31 ^a	40,05	1241,50
	Positive Ranks	47 ^b	39,14	1839,50
	Ties	18 ^c		
	Total	96		
y2 - x2	Negative Ranks	41 ^d	38,02	1559,00
	Positive Ranks	36 ^e	40,11	1444,00
	Ties	19 ^f		
	Total	96		
y3 - x3	Negative Ranks	41 ^g	42,88	1758,00
	Positive Ranks	35 ^h	33,37	1168,00
	Ties	20 ⁱ		
	Total	96		
y4 - x4	Negative Ranks	44 ^j	36,16	1591,00
	Positive Ranks	34 ^k	43,82	1490,00
	Ties	18 ^l		
	Total	96		
y5 - x5	Negative Ranks	35 ^m	36,66	1283,00
	Positive Ranks	37 ⁿ	36,35	1345,00
	Ties	24 ^o		
	Total	96		

- a. $y_1 < x_1$
- b. $y_1 > x_1$
- c. $y_1 = x_1$
- d. $y_2 < x_2$
- e. $y_2 > x_2$
- f. $y_2 = x_2$
- g. $y_3 < x_3$
- h. $y_3 > x_3$
- i. $y_3 = x_3$
- j. $y_4 < x_4$
- k. $y_4 > x_4$
- l. $y_4 = x_4$
- m. $y_5 < x_5$
- n. $y_5 > x_5$
- o. $y_5 = x_5$

Test Statistics(c)

	y1 - x1	y2 - x2	y3 - x3	y4 - x4	y5 - x5
Z	- 1,496(a)	-,293(b)	- 1,557(b)	-,257(b)	-,176(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	,135	,769	,119	,797	,860

a Based on negative ranks.

b Based on positive ranks.

c Wilcoxon Signed Ranks Test



Lampiran VII
Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y Kepuasan Nasabah	3,9545	,58616	96
X1 Fokus Pada Pelanggan	3,8715	,72122	96
X2 Keterlibatan Total	3,9444	,75497	96
X3 Pengukuran	4,0573	,79097	96
X4 Dukungan Sistematis	4,0208	,78108	96
X5 Perbaikan Berkesinambungan	3,9323	,83231	96

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5 Perbaikan Berkesinambungan, X2 Keterlibatan Total, X4 Dukungan Sistematis, X1 Fokus Pada Pelanggan, X3 Pengukuran		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,703	,686	,32833

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	22,938	5	4,588	42,555	,000 ^a
	9,702	90	,108		
	32,640	95			

a. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Keterlibatan Total, Dukungan Sistematis, Fokus Pada Pelanggan, Pengukuran

b. Dependent Variable: Y Kepuasan Nasabah