

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA CABANG PONOROGO**

**SKRIPSI**



Ditulis Oleh :

Nama : Kevin Aditya Pratama  
Nomor Mahasiswa : 14311618  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2018**

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat  
Indonesia Cabang Ponorogo**

**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 : Kevin Aditya Pratama

Nomor Mahasiswa : 14311618

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

## 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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Juni 2018



Penulis,  
Kevin Aditya Pratama

HALAMAN PENGESAHAN

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia  
Cabang Ponorogo

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama : Kevin Aditya Pratama

Nomor Mahasiswa : 14311618

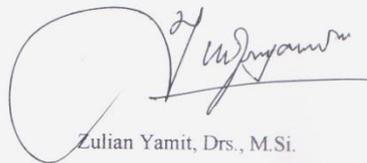
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal..... 6/6-18.....

Dosen Pembimbing,



Zulian Yamit, Drs., M.Si.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT  
INDONESIA CABANG PONOROGO**

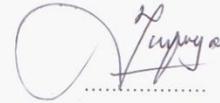
Disusun Oleh : **KEVIN ADITYA PRATAMA**

Nomor Mahasiswa : **14311618**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 11 Juli 2018

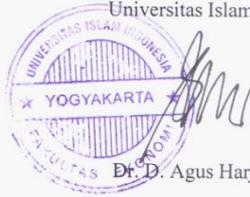
Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Penguji : Anjar Priyono, Ph.D



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin, peneliti persembahkan penelitian ini untuk:

1. Kedua orang tua, dan kedua adik saya yang saya cintai serta telah membesarkan, mendidik saya dari kecil, memberi kasih sayang yang tiada henti, memberiku semangat dan motivasi langsung maupun tidak langsung, dan selalu mendoakan agar lebih kuat menghadapi cobaan dan rintangan yang harus dilalui.

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat  
Indonesia Cabang Ponorogo**

**Kevin Aditya Pratama**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**

**[kevinadpratama31@gmail.com](mailto:kevinadpratama31@gmail.com)**

**Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 100 responden yang merupakan nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

***Analysis Of Service Quality To Customer Satisfaction Of The Bank Rakyat***

***Indonesia Branch Ponorogo***

***Kevin Aditya Pratama***

***Departtment of Management, Faculty of Economics, Islamic University of***

***Indonesia***

**[kevinadpratama31@gmail.com](mailto:kevinadpratama31@gmail.com)**

***Abstract***

*This research discusses about how service quality to customer satisfaction in Bank Rakyat Indonesia Branch Ponorogo. The purpose of this study is to identify the service quality can affect customer satisfaction in Bank Rakyat Indonesia Branch Ponorogo. The sampling technique used questionnaires with the number of questionnaires 100 respondents who are costumers of Bank Rakyat Indonesia Branch Ponorogo. Independent variable in this research is Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empathy (X5), while the dependent variable in this research is customer satisfaction (Y). Analytical test tool used is SPSS 21 method of doubled linear regression analysis.*

*The result of the research shows that tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy has positive and significant effect to customer satisfaction.*

***Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction***

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wa Barakatuh*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt yang maha pengasih serta penyayang, tiada hal yang mulia selain Engkau ya Rabb, kasih dan sayang-MU tidak akan pernah habis untuk hamba-MU sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo.**

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw yang berpribadian luar biasa yang bisa menjadi teladan bagi seluruh umat di dunia ini. Ia lah seseorang yang membawa perubahan ke arah yang lebih baik, dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Papa dan Mama tercinta. Terima kasih untuk semua yang telah engkau berikan kepada penulis, berkerja keras membiayai sampai studi S1 selesai. Mengabulkan semua permintaan penulis yang selama ini Alhamdulillah sudah terpenuhi. Engkau adalah sosok bapak yang luar biasa, engkau tidak pernah mengeluh sedetik pun demi anak dan istri mu, engkau adalah

inspirasi sampai saat ini dan sampai kapan pun. *Love you much much more.*

2. Bapak Zulian Yamit, Drs., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu serta membagikan ilmunya selama membimbing peneliti.
3. Bapak Sutrisno, M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Dr. D Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Sukma Arum Pagmangesti, terima kasih atas semua doanya dan *for the love*, semoga diperlancar dalam segala hal. Amin. *Thankyou for everything love.*
6. Teman seperjuangan skripsi, Andra Rofian Saputra dan Gusviany Ayu Murti yang selalu membantu penulis dari awal bimbingan hingga saat ini.
7. Teman – teman kontrakan delima 44, Aldo, Akmal, Eka, Fajar, Reild, dan Yoga terima kasih sudah menjadi teman kontrakan yang gokil.
8. Teman selama KKN, Zaki, Nauval, Kiki, Upeh, Hasna, Ria, Vina, dan Nanda. Terima kasih atas pertemanan yang baik selama KKN.
9. Terima kasih semua teman – teman Karang Taruna Perumahan Singosaren yang setia berteman sejak kecil sampai dewasa. Semoga kita semua sukses selalu. Aamin.
10. Terima kasih semua teman – teman yang sudah membantu penulis dalam penelitian, membantu menyelesaikan dan memberikan saran. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wa Barakatuh*

Yogyakarta, 6 Juni 2018

Penulis,

Kevin Aditya Pratama

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA (UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI).....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Konsep kualitas.....	13
2.2.2 Konsep kualitas layanan/jasa.....	15
2.2.3 Dimensi kualitas layanan.....	18
2.2.4 Kepuasan Konsumen/nasabah.....	20
2.2.5 Faktor Kepuasan Konsumen.....	21

2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Perumusan Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	24
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.2.1 Variabel Penelitian .....	24
3.2.1.1 Variabel Dependen .....	25
3.2.1.2 Variabel Independen.....	25
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel .....	27
3.3.1 Populasi .....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.2.1 Jumlah sampel .....	28
3.3.2.2 Metode pemilihan sampel.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Jenis data .....	29
3.4.1.1 Data kualitatif .....	29
3.4.1.2 Data kuantitatif .....	29
3.4.1.2.1 Data primer .....	29
3.4.1.2.2 Data sekunder.....	30
3.4.2 Instrumen pengumpulan data .....	30
3.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.4.3.1 Uji Validitas.....	31
3.4.3.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.4.4 Metode Analisis Data .....	32
3.4.4.1 Analisis Deskriptif.....	32
3.4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	32

3.4.4.2.1 Uji Normalitas.....	32
3.4.4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	33
3.4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.4.4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	34
3.4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	35
3.4.4.3.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	35
3.4.4.3.2 Uji-F.....	35
3.4.4.3.3 Uji-T.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	38
4.2 Karakteristik Responden .....	39
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	40
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	41
4.3 Statistik Deskriptif .....	42
4.4 Uji Validitas .....	46
4.5 Uji Reliabilitas .....	47
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.6.1 Uji Normalitas .....	48
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	49
4.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	50
4.7 Uji Hipotesis .....	51
4.7.1 Analisis Regresi Berganda .....	51
4.7.2 Koefisien Determinasi .....	53
4.7.3 Uji T .....	54
4.7.4 Uji F.....	56
4.8 Pembahasan.....	57

4.8.1 Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Nasabah .....	57
4.8.2 Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Nasabah.....	58
4.8.3 Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah .....	59
4.8.4 Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Nasabah .....	60
4.8.5 Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Nasabah .....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kesimpulan dan Hasil Kajian Pustaka .....	10
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data dengan Kuesioner.....	39
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	40
Tabel 4.3 Usia Responden.....	40
Tabel 4.4 Pendidikan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	42
Tabel 4.6 Uji Validitas .....	46
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.12 Uji F .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran B. Tabulasi Data Mentah.....	72
Lampiran C. Karakteristik Responden.....	83
Lampiran D. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
Lampiran E. Statistik Deskriptif .....	90
Lampiran F. Uji Asumsi Klasik .....	91

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat menuntut customer untuk lebih berpikir rasional karena memiliki informasi lebih lengkap tentang pasar serta bagaimana penggunaannya. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Perkembangan dan kemajuan sebuah negara tidak terlepas dari peranan bank sebagai lembaga keuangan, sehingga sektor perbankan dapat dikatakan sebagai indikator utama bagi kemajuan ekonomi suatu bangsa. Peranan bank di Indonesia dilihat secara nyata dalam tiap sektor pembangunan, melalui berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh bank tersebut sesuai dengan fungsinya sebagai lembaga keuangan.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Dengan semakin majunya teknologi pelayanan dalam dunia perbankan juga semakin pesat pula baik inovasi produk dan pelayanan. Untuk itu setiap bank untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih baik serta lebih memuaskan dari yang dilakukan pesaing lainnya. Menurut Infobank 2003 ternyata kualitas pelayanan masih menjadi titik central bagi sebuah bank

bukan popularitas, atau kemampuan memberikan kredit dan promosi hadiah yang diberikan.

Kepuasan nasabah sangatlah penting dalam membentuk citra dan sikap yang baik terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ponorogo. Pembentukan sikap yang baik diperlukan agar nasabah mempunyai kepuasan dan dapat terus dipertahankan, sebab persaingan di dunia perbankan semakin kompetitif sehingga pendekatan dari berbagai segi untuk menarik minat masyarakat harus tetap dijalankan. Maka pola perilaku nasabah dan sikapnya terhadap bank harus menjadi variabel yang penting. Sikap sebagai evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan seseorang terhadap suatu obyek akan berdampak pada perilaku kelanjutannya (Basu, 1998)

Tingkat persaingan yang semakin tinggi antar bank (*local competition*) untuk merebut nasabah di wilayah Ponorogo terjadi dengan Bank Danamon, BCA, Bank Jatim, Bank Mandiri dan BPR-BPR yang semakin banyak bermunculan untuk memperebutkan pasar produk pinjaman. Sedangkan nasabah pinjaman (*local customer*) semakin mudah untuk memilih bank yang memenuhi kebutuhannya. Apabila kepuasan nasabah BRI kantor cabang Ponorogo tidak dijaga dan ditingkatkan dengan baik maka nantinya akan dapat kalah bersaing dengan bank lain dan akhirnya nasabah lama BRI dapat berpindah menjadi nasabah bank lain.

Oleh karena itu kualitas pelayanan pada bank harus dikelola dengan baik dan profesional. Keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan yaitu

berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan tinggi yang terlihat dalam kinerja layanan yang ada. PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang Ponorogo sejauh ini kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik tetapi harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan dan nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena nasabah merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu bank. Jika nasabah bank BRI terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun ini menunjukkan bahwa nasabah semakin berminat untuk melakukan jasa pelayanan di bank BRI. Hal ini menunjukkan bahwa produktivitas kinerja karyawan adalah baik terutama dalam memenuhi tingkat kualitas pelayanan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh tangible (bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Ponorogo?
2. Apakah ada pengaruh reliability (kehandalan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Ponorogo?
3. Apakah ada pengaruh responsiveness (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Ponorogo?
4. Apakah ada pengaruh assurance (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Ponorogo?
5. Apakah ada pengaruh empathy (empati) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Ponorogo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh tangible (bukti fisik ) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh reliablility (kehandalan) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh responsiveness (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh assurance (jaminan) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
5. Untuk mengetahui pengaruh empathy (empati) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

a. Bagi penulis

Melalui evaluasi kualitas pelayanan pada nasabah Bank BRI Ponorogo penulis dapat menambah wawasan dalam teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi akademik

Sebagai tambahan referensi bahan ajar atau kepustakaan tentang kualitas pelayanan tentang nasabah Bank BRI Ponorogo dan menjadi tambahan sumber teori terutama dalam mata kuliah manajemen kualitas.

c. Bagi perusahaan

Mempublikasikan manajemen kualitas dan mengungkapkan konsep Bank BRI Ponorogo. Agar dapat mendukung perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan melayani dengan setulus hati.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Penelitian layanan pada bank yang telah dilakukan oleh:

Pertama pada tahun 2009 oleh Septin Puji Astuti, Wiwik Wilasari, dan Datien Eriska Utami., penelitian ini berjudul “Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah” Bahwa pada penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL yang dikombinasikan dengan teori fuzzy supaya pengukuran persepsi dan harapan dari nasabah dapat diukur lebih tepat karena sifatnya yang linguistik. Penelitian ini diukur dalam 5 dimensi diantaranya: compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, kemudian ditambah dengan responsiveness (CARTER). Kemudian didapatkan hasil bahwa sistem syariah yang diukur melalui dimensi compliance yang diterapkan di BRIS menunjukkan bahwa kualitas yang lebih baik dibandingkan dimensi assurance, tangibility, empathy, dan responsiveness. Dan pada dimensi reliability mengetahui tingkat kepuasan tertinggi.

Sedangkan di penelitian yang kedua pada tahun 2015 oleh Anita Sari dan Mariaty Ibrahim. dengan topik yang sama dan menggunakan metode yang sama juga. Penelitian ini berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru” yang dilakukan Penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dengan dimensi yang reliability, responsiveness, assurance, empati dan berwujud telah diterapkan

baik oleh Bank BNI Syariah sehingga dapat dirasakan oleh semua klien. Sumber data yang digunakan adalah data primer diperoleh langsung dari dan objek penelitian dan data sekunder yang diperoleh dari PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah semua klien dari sejumlah 30,711 klien dalam tahun belakangan ini pengumpulan data yaitu tahun 2014, dengan sampel sebanyak 100 responden. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan keandalan dimensi, responsiveness, assurance, empati dan berwujud telah termasuk dalam kategori baik, hanya saja ada masih yang harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi.

Sedangkan penelitian yang ketiga oleh Suryani (2014) berjudul “Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan)”. Penelitian ini dengan topik yang sama juga dan metode juga sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk kualitas pelayanan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Metode sampel yang dipergunakan adalah metode penarikan sampel aksidental. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan analisis faktor. Hasil uji reliabilitas dan validitas memperlihatkan bahwa 13 butir pertanyaan terbukti memenuhi syarat reliabilitas dan validitas item. Hasil

ekstraksi hanya menghasilkan 3 faktor. Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 45.299%, faktor 2 menjelaskan 12.819%, dan faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 8.904%. Faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan yang baik adalah faktor keandalan komunikasi. Faktor kedua adalah inovasi produk. Faktor ketiga adalah aspek fisik.

Sedangkan penelitian yang keempat oleh Rani Sri Buwono Okianna (2013) berjudul “Kualitas Pelayanan Tabungan Simpeda Pada PT. BANK KALBAR (PERSERO) Cabang Pembantu Jeruju Pontianak”. Penelitian ini juga menggunakan topik yang sama, bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan tabungan simpeda pada PT. Bank Kalbar (persero) cabang pembantu Jeruju Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan bentuk penelitian survey. Teknik pengumpulan data yakni teknik komunikasi langsung (wawancara), teknik komunikasi tidak langsung (angket/kuesioner) dan studi dokumenter. Sampel penelitian ini adalah 94 responden. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara umum nasabah merasa puas. Terdapat jawaban responden yang kurang puas yaitu indikator keragaman sarana dan fasilitas yang dimiliki bank serta undian berhadiah. Kurangnya perhatian pihak bank terhadap keragaman sarana dan fasilitas yang dimiliki serta kurangnya sosialisasi mengenai undian berhadiah yang ditawarkan. Hal ini yang membuat nasabah merasa kurang nyaman atas pelayanan yang diberikan.

Sedangkan yang selanjutnya pada penelitian yang kelima oleh Yosi Dhyas Monic, Abdul Hoyyi, Moch. Abdul Mukid (2013) berjudul

“Kualitas Pelayanan Pada Bank Jawa Tengah (Studi Kasus : Bank Jateng Cabang Tembalang). Penelitian ini menggunakan metode yang berbeda dengan empat penelitian yang lain. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap fasilitas yang disediakan oleh bank, menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, dan memonitor kualitas pelayanan bank dengan grafik pengendali multivariat, Dalam hal ini, ada 5 pelayanan dimensi kualitas adalah tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penelitian ini dilakukan di Bank Jateng, di mana responden adalah nasabah Bank Jateng. Importance Performance Analysis terdiri dari dua komponen, ada analisis kuadran dan analisis ketidaksesuaian (kesenjangan). Analisis kuadran dapat mengetahui respon konsumen terhadap variabel yang telah diplot berdasarkan minat dan tingkat kinerja dari variabel-variabel. Sementara analisis kesenjangan yang digunakan untuk memahami perbedaan antara kinerja dari variabel dengan harapan dari konsumen terhadap variabel nya. Indeks kepuasan pelanggan (CSI) digunakan untuk menemukan secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan.  $T^2$  peta kendali hotelling untuk mengetahui quality control dua atau lebih karakteristik kualitas yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk analisis kuadran, variabel-variabel yang mewakili kualitas layanan 5 dimensi berlokasi tersebar di kuadran yang berbeda. Untuk analisis kesenjangan, layanan perormance bank diwakili oleh 20 variabel yang mewakili kualitas

5 dimensi layanan, yang semuanya masih di bawah harapan pelanggan. CSI nilai aa sebesar 72,22% yang berarti indeks kepuasan pelanggan adalah kriteria faksi satis. Pada T<sup>2</sup> Hotelling grafik dikatakan bahwa proses tidak terkendali secara statistik namun karena ada 4 poin di atas peta kendali.

**Tabel 1.1 Kesimpulan dan Hasil Kajian Pustaka**

No	Judul	Obyek	Indikator/variabel	Metode analisis	Hasil penelitian
1	Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah (pada bank BRI Syariah cabang Surakarta)	Nasabah bank BRI syariah cabang Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compliance Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam</li> <li>2. Assurance Pegawai bersikap sopan kepada nasabah</li> <li>3. Reliability Memberi pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali</li> <li>4. Tangibility Fasilitas fisik menarik secara visual</li> <li>5. Empathy memiliki perhatian yang baik kepada nasabah</li> <li>6. Responsiveness Pegawai Bank memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah</li> </ol>	SERVQUAL + Fuzzy	Bahwa sistem syariah yang diukur melalui dimensi compliance yang diterapkan di BRIS menunjukkan bahwa kualitas yang lebih baik dibandingkan dimensi assurance, tangibility, empathy, dan responsiveness. Dan pada dimensi reliability mengetahui tingkat kepuasan tertinggi.

2	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru	Para nasabah bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliability (kehandalan) yang meliputi kemampuan karyawan</li> <li>2. responsiveness (daya tanggap) yang dapat mempengaruhi kecepatan kerja karyawan</li> <li>3. assurance (jaminan) yang meliputi kerahasiaan dan keamanan</li> <li>4. empathy (empati/perhatian) yang dapat mempengaruhi hubungan nasabah dengan karyawan</li> <li>5. tangible (bukti fisik) yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan.</li> </ol>	SERVQUAL	Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan keandalan dimensi, responsiveness, assurance, empati dan berwujud telah termasuk dalam kategori baik, hanya saja ada masih yang harus diperhatikan ditingkatkan lagi.
3	Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan).	Para nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan komunikasi</li> <li>2. Inovasi produk</li> <li>3. Aspek fisik</li> </ol>	SERVQUAL	Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Muamalat Indonesia Cabang Medan cukup baik dengan keandalan komunikasi sebagai acuannya, tetapi juga masih perlu ditingkatkan.

4	Kualitas Pelayanan Tabungan Simpeda Pada PT. BANK KALBAR (PERSERO) Cabang Pembantu Jeruju Pontianak	Para nasabah BANK KALBAR (PERSERO) Cabang Pembantu Jeruju Pontianak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjagaan identitas oleh pihak bank</li> <li>2. ketanggapan dan kemampuan karyawan dalam menangani nasabah</li> <li>3. kemampuan karyawan dan kemudahan proses administrasi</li> <li>4. undian berhadiah</li> </ol>	SERVQUAL	<p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara umum nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan tetapi terdapat jawaban responden yang kurang puas yaitu indikator keragaman sarana dan fasilitas yang dimiliki bank serta undian berhadiah. Kurangnya perhatian pihak bank terhadap keragaman sarana dan fasilitas yang dimiliki serta kurangnya sosialisasi mengenai undian berhadiah yang ditawarkan. Hal ini yang membuat nasabah merasa kurang nyaman atas pelayanan yang diberikan.</p>
5	Kualitas Pelayanan Pada Bank Jawa Tengah (Studi Kasus : Bank Jateng Cabang Tembalang)	Nasabah Bank Jateng Cabang Tembalang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.</li> <li>2. kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.</li> </ol>	Importance-Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Grafik pengendali $T^2$	<p>Hasil dari penelitian ini telah diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Bank Jateng Cabang Tembalang masih kurang dan perlu ditingkatkan dan untuk kepuasan nasabah, secara keseluruhan Bank</p>

			<p>3. Kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.</p> <p>4. Pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.</p> <p>5. syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan</p>		Jateng Cabang Tembalang telah berhasil memuaskan nasabah sebesar 72.22%.
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Konsep Kualitas

Bahwa kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Tjiptono, 2004). Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud dengan kualitas adalah, “Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa” (Triguno, 1997:76). Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Berbeda dengan Lukman yang mengartikan kualitas adalah “sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan” (Lukman, 2000:11). Kemudian bahwa kualitas itu “sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit”. (Tjiptono, 2004) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Selanjutnya pengertian Kualitas menurut (Gasperz, 2007) adalah: “Kualitas merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*)”.

Kemudian dari definisi tersebut kata Kualitas ini juga memiliki banyak pengertian namun pada dasarnya mengacu pada pengertian pokok sebagai berikut:

- Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi keinginan pelanggan serta memberikan suatu kepuasan bagi pelanggan atas penggunaan produk dan pelayananyang diberikan.
- Kualitas merupakan hal yang dinamis yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
- Kualitas akan selalu tergantung pada waktu sehingga setiap waktu akan berubah.

Dari berbagai pengertian tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara bertahap dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

### **2.2.2 Konsep Kualitas Layanan/Jasa**

Kualitas pelayanan umum menurut Tjiptono, yaitu sebagai berikut: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk” (Tjiptono, 2004). Kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2004) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Maksudnya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

(Gasperz, 2007), mengungkapkan sejumlah pengertian pokok dari kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut : “Pada dasarnya kualitas pelayanan mengacu pada pengertian pokok” :

1. kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu.
2. kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari segala kekurangan atau kerusakan.

Kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat tersebut.

Kualitas pelayanan akan memberikan suatu perhatian kepada pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan atau organisasi sebagai penyedia pelayanan. Hubungan yang baik akan memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan detail harapan pelanggan dan juga kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang puas dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang puas. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan lebih rendah.

Penjelasan kualitas pelayanan yang dipaparkan diatas oleh maka dapat diasumsikan bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapatkan dari pelayanan sebelumnya. Jika pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan atau pelanggan.

### 2.2.3 Dimensi Kualitas Layanan

Zheithaml et al dalam (Ariani, 2009) lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

1. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
- a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan.
  - b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikankredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
  - c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
  - d. Kompetensi (*competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikanpelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.

- e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

#### **2.2.4 Kepuasan Konsumen/Nasabah**

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2005). Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau pemakaian jasa ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen memiliki beberapa karakteristik baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan (Yamit, 2011, hal. 78).

Jika harapan konsumen terhadap produk dirasakan melebihi harapannya, maka dapat dikatakan konsumen tersebut puas. Kepuasan konsumen dapat diketahui setelah konsumen tersebut menggunakan produk dan merasakan pelayanan yang diberikan

Faktor utama yang harus dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan, perusahaan harus menempatkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung. Perusahaan harus melibatkan konsumen dalam pengembangan dan kualitas pelayanan ataupun produk agar dapat memenuhi harapan konsumen.

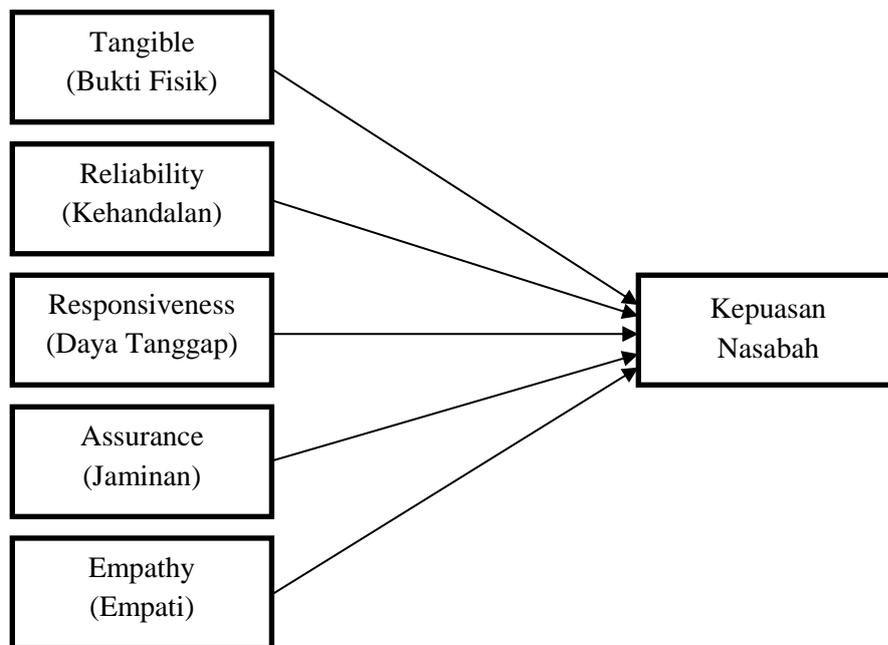
#### **2.2.5 Faktor Kepuasan Konsumen**

Faktor kepuasan konsumen terdiri dari kualitas produk dan kualitas jasa. Produsen telah memberikan kualitas ketika produk dan jasa telah memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2005, hal. 143). Konsumen yang merasa puas jika konsumen bangga akan produk dan jasa yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian ini menjelaskan sebuah model struktural dikembangkan dalam penelitian ini dengan mengambil dimensi kualitas pelayanan sebagai inti dari kerangka pemikiran ini yang berpengaruh pada kepuasan nasabah

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan, maka pengembangan kerangka pemikiran dapat dilihat seperti dibawah ini:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## **2.4 Perumusan Hipotesis**

1. Ada pengaruh tangible (bukti fisik) yang diberikan Bank BRI cabang Ponorogo terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
2. Ada pengaruh reliability (kehandalan) yang diberikan Bank BRI cabang Ponorogo terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
3. Ada pengaruh responsiveness (daya tanggap) yang diberikan Bank BRI cabang Ponorogo terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo.
4. Ada pengaruh assurance (jaminan) yang diberikan Bank BRI cabang Ponorogo terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo
5. Ada pengaruh empathy (empati) yang diberikan Bank BRI cabang Ponorogo terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini apakah hipotesis tersebut dapat membuktikan atau menolak.

Metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan kuesioner dimana respondennya adalah nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Diperlukan juga alat ukur berupa variabel independen dan variabel dependen.

#### **3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian**

##### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

### **3.2.1.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen/nasabah (Y).

### **3.2.1.2 Variabel Independen**

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *orediktor*, *antecedent*, atau bisa disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependen (Sugiyono, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan.

### **3.2.2 Operasional Variabel Penelitian**

1. Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Seperti : Kenyamanan tempat untuk melakukan proses pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan
2. Keandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Seperti : Kecermatan petugas dalam melayani nasabah

3. Daya tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Seperti : Petugas/karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, Petugas/karyawan melakukan pelayanan dengan tepat
4. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Seperti : Petugas/karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
5. Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Seperti : Petugas/karyawan melayani dengan sikap ramah, sopan dan santun.
6. Kepuasan konsumen/nasabah merupakan jika harapan konsumen terhadap produk/pelayanan dirasakan melebihi harapannya. Kepuasan nasabah merupakan penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalamannya menggunakan jasa perbankan (Oliver dalam Adi Yustiardi, 2005). Indikatornya : Puas dengan pelayanan yang diberikan, tidak ada komplain (keluhan) dari nasabah, kinerja bank

sesuai harapan nasabah, Nasabah memiliki pengalaman yang baik dalam proses pelayanan, pilihan yang terbaik untuk proses pelayanan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi penelitian adalah totalitas objek atau keseluruhan item psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu (Supriyanto, 2009). Populasi suatu unit analisis tergantung pada fenomena yang diamati yang akan dicarikan solusinya melalui penelitian, sehingga besarnya populasi bervariasi, bisa terbatas atau tidak terbatas

(Suharso, 2009). Populasi pada penelitian ini konsumen atau nasabah Bank BRI cabang Ponorogo.

#### **3.3.2 Sampel**

Adalah anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu. Sampel sebagai bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sedangkan sampling merupakan proses memilih sebagian objek psikologis dari sebuah populasi (Supriyanto, 2009). Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebagian sebagian konsumen atau nasabah pada Bank BRI cabang Ponorogo yang berusia minimal 20 tahun. Teknik pengambilan sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling*

adalah metode pengambilan sampel dengan berdasarkan pada kriteria yang telah ditentukan. Yaitu dengan kriteria konsumen atau nasabah Bank BRI cabang Ponorogo yang berusia minimal 20 tahun

### 3.3.2.1 Jumlah sampel

Pengambilan sampel menurut Ibnu Widiyanto (2008) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = Margin of Error, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 10%.

Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang nasabah Bank BRI Ponorogo.

### 3.3.2.2 Metode pemilihan sampel

Menggunakan *snowball* sampel yaitu memilih responden awal untuk diwawancarai, setelah diwawancarai maka responden tersebut diminta untuk menunjuk orang lain yang memenuhi syarat target populasi. Menggunakan metode ini lebih efektif karena kita

hana wawancara responden awal aja selanjutnya responden tersebut diminta menunjuk orang lain.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis data**

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

##### **3.4.1.1 Data kualitatif**

Data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur serta teori-teori yang berhubungan dengan penelitian penulis.

##### **3.4.1.2 Data kuantitatif**

Data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang dibuat menjadi angka (*scoring*). Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

###### **3.4.1.2.1 Data primer**

Data primer adalah data yang belum dikumpulkan dari pihak sebelumnya atau pihak lain dengan kata lain langsung diambil dari objek penelitian. Data primer yang diperlukan adalah data nasabah bank BRI cabang Ponorogo, penilaian nasabah atas kualitas pelayanan.

#### **3.4.1.2.2 Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain dan sudah didokumentasikan. Data sekunder yang diperlukan adalah data kualitas pelayanan pada nasabah bank BRI cabang Ponorogo.

#### **3.4.2 Instrumen pengumpulan data**

Dengan menggunakan kuesioner, karena dapat mempercepat dan mempersingkat waktu pengumpulan data, karena dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada beberapa responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner tersebut dilakukan dengan menyebarkan kertas yg berisi pertanyaan-pertanyaan dan juga dengan survei online yang menggunakan *google form*.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2013). Pada Skala Likert ini, responden menjawab pertanyaan-pernyataan penelitian dengan memberikan tanda silang (x) atau tanda ceklis (v), pada alternatif jawaban yang disiapkan dengan 4 kemungkinan yang tersedia. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai, maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan (Supardi, 2005):

1. SS (Sangat Puas) : skor 4
2. P (Puas) : skor 3
3. TP (Tidak puas) : skor 2
4. STP (Sangat Tidak Puas) : skor 1

### **3.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.4.3.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini dilakukan untuk memeriksa validitas dari pernyataan pada kuesioner, apakah pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut.

Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini adalah korelasi *bivariate pearson* (produk momen pearson). Caranya adalah dengan mengkorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total (hasil penjumlahan seluruh skor item pernyataan). Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrumen pernyataan dinyatakan valid (Ghozali 2011)

#### **3.4.3.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Ghozali (2011) mengungkapkan suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*

lebih dari 0,6. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung korelasi masing-masing pernyataan pada setiap variabel. Jadi, semakin mendekati besar angka koefisien, atau semakin mendekati 1, makin butir pernyataan semakin reliabel

### **3.4.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.4.1 Analisis Deskriptif**

Statistik 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. Statistiki deskriptif merupakan penyajian data melalui tabel, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

#### **3.4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik**

##### **3.4.4.2.1 Uji Normalitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yaitu dengan melihat grafik P-Plot yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal.

1. Jika data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar pada garis diagonal dan menjauh dari arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.4.4.2.2 Uji Multikolinieritas**

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali 2011).

#### **3.4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan *Homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut *Heteroskedastisitas*. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Jika nilai sig  $> 0,05$  berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.4.4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5$$

Sumber : (Imam Ghozali, 2011)

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (nilai kepuasan)

$X$  = Variabel independen ( $X_1$ : Tangible,  $X_2$  : Reliability,  $X_3$  : Responsiveness,  $X_4$  : Assurance,  $X_5$  : Empathy)

$a$  = Konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3.4.4.3 Pengujian Hipotesis

#### 3.4.4.3.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu di antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Penggunaan koefisien determinasi menyimpang terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ditambahkan satu variabel independen, maka ( $R^2$ ) pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Ghozali (2011). Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, peneliti mengacu pada nilai *Adjusted*( $R^2$ ). Nilai *Adjusted*( $R^2$ ) bisa saja naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

#### 3.4.4.3.2 Uji-F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat Ghozali (2011). Penelitian ini dilaksanakan melihat pada ANOVA yang membandingkan *Mean of Squares* dari regresidan *Mean of Squares* dari residual, sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F hitung. Sebagai dasar

pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

#### 3.4.4.3 Uji-T

Uji statistik T pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat Ghozali (2011). Dalam hal ini apakah variabel dimensi kualitas pelayanan benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen atau nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada *Quick Look* dan juga membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ . Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

2. Apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel dan tingkat signifikansi  $>$   $\alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini adalah hasil analisis penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Berikut pembahasan analisis hasil penelitian yang diperoleh dari data kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarkan sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100, sehingga *respon rate*-nya 100%. Dapat dilihat pada tabel 4.1. Berdasarkan data yang terkumpul, kuesioner yang telah terjawab lengkap dan layak di analisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 kuesioner. Yang mana hasil dari jawaban responden ini akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat dalam lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian diedit, dan akhirnya ditabulasikan. Kemudian akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis, teknik analisisnya meliputi *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Pengumpulan Data**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuisisioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang layak	0	0%

*(Sumber: data diolah 2018)*

## **4.2 Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank BRI Ponorogo dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. 100 kuisisioner telah diberikan kepada responden dan sudah di isi secara lengkap dan benar sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

Karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden seperti dijelaskan pada tabel berikut ini.

### **4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Persentase Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-Laki	54	54.0
Perempuan	46	46.0
Total	100	100.0

*(Sumber: data diolah 2018)*

Dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.2 diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 54 orang atau 54,0%, sedangkan jumlah responden terendah adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 46 orang atau 46,0%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah berjenis kelamin laki-laki.

#### **4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia**

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik menurut Usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Persentase Usia Responden**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
20-30 tahun	25	25.0
31 - 40 tahun	42	42.0
41 - 50 tahun	24	24.0
51 ke atas	9	9.0
Total	100	100.0

*(Sumber: data diolah 2018)*

Dari data karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel 4.3 diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 42 orang atau 42,0%, sedangkan responden terendah pada usia 51 ke atas sebanyak 9 orang atau 9,0%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah berusia 31-40 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.4**  
**Persentase Pendidikan dan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
pelajar/mahasiswa	23	23.0
pegawai negeri	17	17.0
pegawai swasta	30	30.0
wiraswasta	29	29.0
lain-lain	1	1.0
Total	100	100.0

*(Sumber: data diolah 2018)*

Dari data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel 4.4 diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden dengan pekerjaan pegawai swasta yaitu sebanyak 30 orang atau 30,0%, sedangkan jumlah responden terendah adalah responden dengan pekerjaan lain-lain yaitu sebanyak 1 orang atau 1,0%. Maka

dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan pekerjaan pegawai swasta.

### 4.3 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan variabel - variabel penelitian secara statistik. Penelitian ini menggunakan nilai rata - rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi untuk menggambarkan deskripsi *statistic* setiap variabel. Statistik deskriptif ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*.

**Tabel 4.5**  
**Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tangible	100	1.50	4.00	2.8950	.59265
Reliability	100	1.25	4.00	2.8350	.58303
Responsiveness	100	1.50	4.00	2.9400	.60000
Assurance	100	1.50	4.00	3.0050	.55616
Empathy	100	1.25	4.00	2.8525	.63175
Kepuasan	100	1.20	4.00	2.8940	.57169
Valid N (listwise)	100				

(Sumber: data diolah 2018)

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Tangible (X1) memiliki nilai minimum sebesar 1,50 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas tangible adalah sebesar 1,5. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh

responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas tangible adalah sebesar 4. Nilai rata-rata tangible adalah sebesar 2.89 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas tangible, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2.89, jadi nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.59265 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel tangible adalah sebesar 0.59265 dari 100 responden.

2. Reliability (X2) memiliki nilai minimum sebesar 1,25 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas reliability adalah sebesar 1,25. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas reliability adalah sebesar 4. Nilai rata-rata reliability adalah sebesar 2.83 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas reliability, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2.83, jadi atas penilaian tersebut nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.58303 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel reliability adalah sebesar 0.58303 dari 100 responden.
3. Responsiveness (X3) memiliki nilai minimum sebesar 1,50 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas responsiveness adalah sebesar

1,50. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas responsiveness adalah sebesar 4. Nilai rata-rata responsiveness adalah sebesar 2.94 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas responsiveness, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2.94, jadi nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.60000 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel responsiveness adalah sebesar 0.60000 dari 100 responden.

4. Assurance (X4) memiliki nilai minimum sebesar 1,50 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas assurance adalah sebesar 1,50. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas assurance adalah sebesar 4. Nilai rata-rata assurance adalah sebesar 3.01 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas assurance, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.01, jadi atas penilaian tersebut nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.55616 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel assurance adalah sebesar 0.5516 dari 100 responden.

5. Empathy (X5) memiliki nilai minimum sebesar 1,25 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas empathy adalah sebesar 1,25. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas empathy adalah sebesar 4. Nilai rata-rata empathy adalah sebesar 2.85 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas empathy, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2.85, jadi atas penilaian tersebut nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.63175 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel empathy adalah sebesar 0.63175 dari 100 responden.
6. Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai minimum sebesar 1,20 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas kepuasan nasabah adalah sebesar 1,20. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas kepuasan nasabah adalah sebesar 4. Nilai rata-rata empathy adalah sebesar 2.89 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kepuasan nasabah, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2.89, jadi atas penilaian tersebut nasabah rata-rata merasa puas. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.57169 memiliki arti

bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 0.57169 dari 100 responden.

#### 4.4 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Untuk mengetahui suatu kuesioner dapat dikatakan valid maka nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dalam penelitian ini, jumlah data yang dapat digunakan sebanyak 100 kuesioner, dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ), maka nilai  $r$  tabel dari 100 adalah 0,195. uji validitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 21. Berikut adalah hasil uji validitas :

**Tabel 4.6 Uji Validitas**

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Tangible (X1)	X1.1	0,722	0,195	Valid
	X1.2	0,803	0,195	Valid
	X1.3	0,813	0,195	Valid
	X1.4	0,804	0,195	Valid
Reliability (X2)	X2.1	0,767	0,195	Valid
	X2.2	0,704	0,195	Valid
	X2.3	0,689	0,195	Valid
	X2.4	0,792	0,195	Valid
Responsiveness (X3)	X3.1	0,776	0,195	Valid
	X3.2	0,784	0,195	Valid
	X3.3	0,818	0,195	Valid
	X3.4	0,774	0,195	Valid
Assurance (X4)	X4.1	0,796	0,195	Valid
	X4.2	0,823	0,195	Valid
	X4.3	0,792	0,195	Valid
	X4.4	0,801	0,195	Valid
Empathy (X5)	X5.1	0,813	0,195	Valid
	X5.2	0,812	0,195	Valid
	X5.3	0,795	0,195	Valid

	X5.4	0,855	0,195	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,713	0,195	Valid
	Y2	0,783	0,195	Valid
	Y3	0,660	0,195	Valid
	Y4	0,728	0,195	Valid
	Y5	0,720	0,195	Valid

(Sumber: data diolah 2018)

Dengan melihat tabel 4.6, dapat diketahui besarnya r-hitung dari seluruh butir pertanyaan variabel-variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan r-hitung seluruh butir pertanyaan memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, dimana r-tabel sebesar 0,195 ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

#### 4.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat *reliable*. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 atau 60%. Uji reliabilitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic21*. Berikut adalah hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4.7**  
**Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Tangible (X1)	0,793	Reliabel
Reliability (X2)	0,719	Reliabel
Responsiveness (X3)	0,796	Reliabel
Assurance (X4)	0,816	Reliabel
Empathy (X5)	0,834	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,767	Reliabel

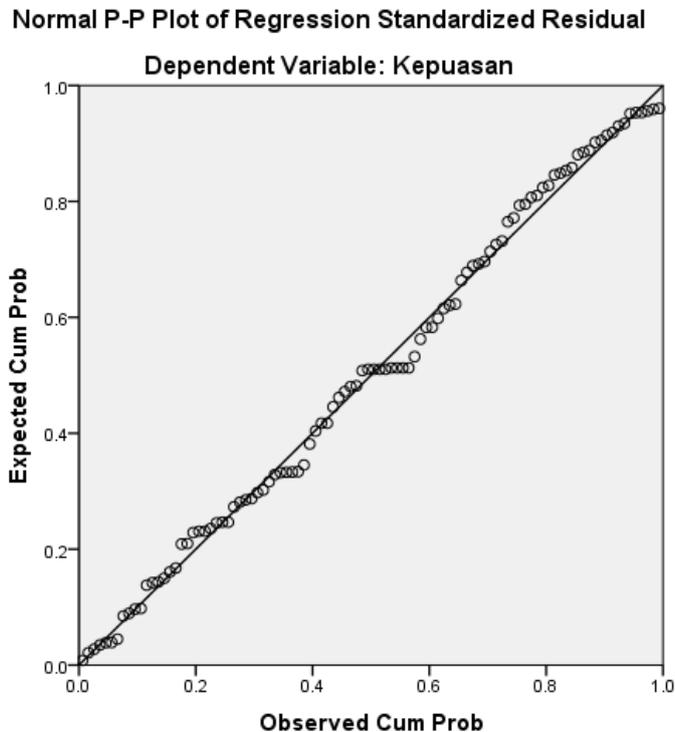
*(Sumber: data diolah 2018)*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

## **4.6 Uji Asumsi Klasik**

### **4.6.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model analisis regresi yang bagus hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, apabila data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, uji normalitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*. Berikut adalah hasil dari uji normalitas :



**Gambar 4.1 Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4.1, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

#### **4.6.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas

multikolinieritas apabila  $VIF < 10$ . Uji multikolinieritas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*.

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Tangible	.419	2.386
Reliability	.583	1.717
Responsiveness	.472	2.117
Assurance	.587	1.703
Empathy	.440	2.271

a. Dependent Variable: Kepuasan  
(Sumber: data diolah 2018)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.8, dapat dilihat bahwa  $tolerance > 0,1$  dan  $VIF < 10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 4.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan uji glejser, uji glejser adalah meregresikan antara

variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai  $p > 0,05$  maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas Uji heterokedastisitas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*.

**Tabel 4.9**  
**Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.486	.108		4.511	.000
	Tangible	-.060	.045	-.201	-1.356	.178
	Reliability	-.073	.038	-.239	-1.903	.060
	Responsiveness	-.026	.041	-.088	-.629	.531
	Assurance	.069	.040	.215	1.715	.090
	Empathy	.002	.041	.007	.046	.963

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber: data diolah 2018)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.9, diperoleh hasil signifikansi X1 sebesar 0,178, X2 sebesar 0,060, X3 sebesar 0,531, X1 sebesar 0,090 dan X5 sebesar 0,963 yang lebih besar dari 0,05 sehingga artinya tidak terjadi heteroskedastisitas karena tingkat signifikansi lebih dari 0,05.

## 4.7 Uji Hipotesis

### 4.7.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan

hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 21*.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.002	.188		
Tangible	.279	.078	.289	3.589	.001
Reliability	.137	.067	.139	2.037	.044
Responsiveness	.190	.072	.199	2.626	.010
Assurance	.150	.070	.146	2.143	.035
Empathy	.242	.071	.268	3.404	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan  
(*Sumber data diolah 2018*)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = -0,002 + 0,279X_1 + 0,137X_2 + 0,190X_3 + 0,150X_4 + 0,242X_5 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar -0,339 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Y (kepuasan nasabah) adalah sebesar -0,002 satuan.

2. Koefisien variabel tangible (X1) sebesar 0,279 berarti setiap kenaikan variabel tangible sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,279 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien variabel reliability (X2) sebesar 0,137 berarti setiap kenaikan variabel reliability sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,137 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
4. Koefisien variabel responsiveness (X3) sebesar 0,190 berarti setiap kenaikan variabel responsiveness sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,190 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
5. Koefisien variabel assurance (X4) sebesar 0,150 berarti setiap kenaikan variabel assurance sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,150 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
6. Koefisien variabel empathy (X5) sebesar 0,242 berarti setiap kenaikan variabel empathy sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,242 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

#### **4.7.2 Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Tujuan menghitung

koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 21. Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut :

**Table 4.11**  
**Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.744	.730	.29692

(Sumber: data diolah 2018)

Berdasarkan tabel 4.11, diperoleh hasil bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,730 hal ini berarti tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 73,0%, setelah disesuaikan terhadap sampel dan variabel independen. Sedangkan sisanya 27,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

#### 4.7.3 Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Uji t dilakukan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 21.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hipotesa penelitian ini sebagai berikut :

##### a. Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah tangible berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai

signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,001. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,279 juga mendukung bahwa tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**b. Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah reliability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh reliability terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,044. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,137 juga mendukung bahwa reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**c. Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh responsiveness terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,010. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,190 juga mendukung bahwa responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**d. Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis keempat adalah assurance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh assurance terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,035. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,150 juga mendukung bahwa assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**e. Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis kelima adalah empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh empathy terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,001. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,242 juga mendukung bahwa empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**4.7.4 Uji F**

**Table 4.12**  
**Koefisien Determinasi**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	24.069	5	4.814	54.601	.000 <sup>b</sup>
Residual	8.287	94	.088		
Total	32.356	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible

Hasil dari pengujian simultan menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

## **4.8 Pembahasan**

### **4.8.1 Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah tangible (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Ponorogo. Hal ini dikarenakan pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,001. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,279 juga mendukung bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Bukti fisik akan mempengaruhi nasabah bank, seseorang nasabah akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik. Sehingga akan menimbulkan kepuasan pada nasabah. Semakin baik bukti fisik dari bank, maka akan semakin meningkat kepuasan dari nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Anita Sari dan Mariaty Ibrahim (2015) menunjukkan bahwa tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tampilan yang baik

dari bank akan memberikan kesan yang baik terhadap nasabah, sehingga timbul rasa kagum dan simpatik serta kepuasan pada nasabah.

#### **4.8.2 Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,044. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,137 juga mendukung bahwa kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Keandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kehandalan pada karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, akan menanamkan rasa senang dalam setiap diri nasabah. Selanjutnya nasabah akan merasa nyaman apabila mengetahui bahwa karyawan bank yang akan melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan. Dengan demikian keandalan karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat harus dipertahankan guna menciptakan kepuasan pada nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Suryani (2014) menunjukkan bahwa reliability berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah. Nasabah percaya bahwa karyawan bank yang handal akan selalu bekerja dengan baik, sehingga memungkinkan tidak terjadinya kesalahan dalam pelayanan perbankan.

#### **4.8.3 Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,010. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,190 juga mendukung bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Daya tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dari karyawan terhadap dapat diwujudkan dengan senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah, dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah. Dengan demikian nasabah tidak perlu menunggu pelayanan dengan waktu yang untuk menyelesaikan transaksi perbankan mereka. Karyawan dengan daya tanggap yang baik akan menciptakan simpatik dari nasabah, hal ini akan berdampak pada timbulnya kepuasan dari nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Rani Sri Buwono Okianna (2013) menunjukkan bahwa responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap yang tinggi dari karyawan bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong jika mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

#### **4.8.4 Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis keempat adalah assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,035. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,150 juga mendukung bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang akan dilayani secara baik oleh karyawan bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemandirian pribadi nasabah akan bertambah. Jaminan keamanan dari bank akan membuat nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi. Jaminan dari suatu bank akan mempengaruhi kepuasan

nasabah, karena apa yang diinginkan nasabah dapat dipenuhi dengan baik oleh pihak bank.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Yosi Dhyas Monic, Abdul Hoyyi, Moch. Abdul Mukid (2013) menunjukkan bahwa assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan yang diberikan oleh bank akan membuat nasabah merasa dihargai, sehingga mereka akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

#### **4.8.5 Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah empathy (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,001. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,242 juga mendukung bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah membuat

nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan karyawan bank. Perhatian dari pihak bank terhadap nasabah memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau perolehan keuntungan perusahaan saja. Adanya perhatian dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah merasa diperhatikan oleh pihak bank, yaitu kebutuhan nasabah ditanggapi dengan baik oleh pihak bank.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Anita Sari dan Mariaty Ibrahim (2015) menunjukkan bahwa empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan tulus kepada pelanggan dan memahami kebutuhan nasabah secara khusus akan menciptakan kenyamanan pada nasabah, yang selanjutnya berdampak meningkatnya kepuasan nasabah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pengaruh tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy(X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel coefficients, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,002 + 0,279X_1 + 0,137X_2 + 0,190X_3 + 0,150X_4 + 0,242X_5 + e$$

Model regresi linier berganda di atas telah diuji kelayakan asumsi normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas yang hasilnya bahwa model regresi berganda di atas layak untuk memprediksi variabel dependen.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial :
  - a. Variabel tangible (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik tangible maka meningkatkan kepuasan nasabah.
  - b. Variabel reliability (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik reliability maka meningkatkan kepuasan nasabah.

- c. Variabel responsiveness (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik responsiveness maka meningkatkan kepuasan nasabah.
  - d. Variabel assurance (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik assurance maka meningkatkan kepuasan nasabah.
  - e. Variabel empathy (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik empathy maka meningkatkan kepuasan nasabah
3. Berdasarkan koefisien determinasi nilai adjusted R square sebesar 0,730 yang artinya variabel independen (X1, X2, X3, X4 dan X5) mampu menjelaskan variable dependen(Y) sebesar 73,0%, sedangkan sisanya sebesar 27,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, setelah disesuaikan terhadap sampel dan variabel dependen.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Didalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan pengisian kuesioner, sehingga terdapat kemungkinan responden mengisi kuesioner tidak dengan kondisi sebenarnya serta tidak bersungguh-sungguh sehingga akan berdampak pada data.

2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel nasabah pada Bank BRI Ponorogo.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 5 dimensi kualitas layanan sebagai variabel independen, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan penggunaan metode lain selain kuesioner dalam pengumpulan data agar data yang diperoleh lebih valid, seperti menggunakan metode wawancara.
2. Perlu adanya penambahan variabel independen lain selain persepsi harga, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan yang digunakan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

## Daftar Pustaka

- Ans. 2010, *Dimensi Kualitas Pelayanan*. <https://tesisdisertasi.blogspot.co.id/> (Juni 2010)
- Ariani, D. Wahyu, 2009, *Manajemen Operasi Jasa Edisi Pertama*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Basri, Seta. 2011, *Service Quality*. <http://setabasri01.blogspot.co.id/.html>(April 2011)
- Dhyas, Yosi, Abdul Hoyyi, dan Moch. Abdul Mukid. 2013. *Kualitas Pelayanan Pada Bank Jawa Tengah (Studi Kasus : Bank Jateng Cabang Tembalang)*. JURNAL GAUSSIAN, Vol.2 No. 4, Tahun 2013, Hal: 425-434.
- Gasperz, V. 2007, *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ibnu, Widiyanto, 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lukman, Dendawijaya. 2000. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia : Jakarta .
- Martilla, John A. dan James, John C. (1977). “*Importance-Performance Analysis*”. *Journal of Marketing*. Vol 41. Hlm. 77-79.
- Puji, Septin, Wiwik Wilasaridan Datien Eriska Utami. 2009. *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2 No. 1. Juli 2009.
- Sari, Anita dan Mariaty Ibrahim. 2015. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada BNI Syariah Cabang Pekanbaru*. *JOM FISIP*. Vol. 2 No. 2. Oktober 2015.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Sri, Rani. 2013. *Kualitas Pelayanan Tabungan Simpeda Pada PT. BANK KALBAR (PERSERO) Cabang Pembantu Jeruju Pontianak*. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : pendekatan filosofi dan praktis*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukamad, Deden. 2016, *Dimensi dan Indikator Variabel Kualitas*. <http://jawarakarahun.blogspot.co.id/> (Maret 2016)
- Sulistiyowati<sup>1</sup>, Wiwik; Hari Supriyanto, Mokh.Suef. *Integrasi Metode Servqual, Lean Dan Six Sigma Implementasi : PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, APJ Surabaya Selatan – UPJ Ngagel*
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Indeks.
- Suryani. 2014. *Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan)*. Al-Iqtishad: Vol. 6 No. 2. Juli 2014.
- Tjiptono, Fandy. dan Chandra, Gregorius., (2004), *Service Quality & Satisfaction*, Edisi 2, ANDI, Yogyakarta.
- Triguno, (1997). *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Teravon Press.
- Yamit, Z. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L., (1990), *Delivering Quality Service*, New York.

## LAMPIRAN

### Lampiran A

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya Kevin Aditya Pratama mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul: “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo**”.

Saya mengucapkan terimakasih kepada saudara/i yang meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Kuisisioner ini semata-mata digunakan untuk tujuan ilmiah dan jawaban yang diberikan dijamin kerahasiaannya. Kebenaran dan kelengkapan jawaban sangat membantu dalam melaksanakan penelitian.

Berikan tanda (V) pada jawaban yang menjadi pilihan anda.

Jenis kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan

Usia saat ini : ( )20-30 tahun ( )31- 40 tahun  
( )41-50 tahun ( )51 tahun keatas

Pekerjaan saat ini : ( ) Pelajar/mahasiswa  
( ) Pegawai Negeri  
( ) Pegawai Swasta  
( ) Wiraswasta  
( ) Lain-lain

Petunjuk cara pengisian :

Berilah tanda (V) pada setiap pernyataan yang tersedia dalam kolom :

Keterangan :

1. Sangat Tidak Puas
2. Tidak Puas
3. Puas
4. Sangat Puas

Kualitas Pelayanan :

No.	PERNYATAAN	STP	TP	P	SP
X1.	Tangible	1	2	3	4
1.	Bangunan Bank BRI terlihat bagus bersih	1	2	3	4
2.	Bank BRI memiliki ruang tunggu yang nyaman	1	2	3	4
3.	Bank BRI memiliki peralatan yang lengkap dan canggih	1	2	3	4
4.	Penampilan karyawan rapi dan bersih	1	2	3	4
X2.	Reliability	1	2	3	4
5.	Karyawan memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat waktu	1	2	3	4
6.	Karyawan memberikan informasi yang berguna untuk nasabah	1	2	3	4
7.	Karyawan bersedia menanggapi keluhan nasabah	1	2	3	4
8.	Karyawan memberikan pelayanan sesuai janji	1	2	3	4
X3.	Responsiveness	1	2	3	4
9.	Karyawan tanggap melayani dan membantu nasabah	1	2	3	4

10.	Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas	1	2	3	4
11.	Karyawan adil dalam melayani nasabah	1	2	3	4
12.	Karyawan cepat dalam mengatasi masalah nasabah	1	2	3	4
X4.	Assurance	1	2	3	4
13.	Karayawan memiliki ketrampilan yang baik	1	2	3	4
14.	Memberikan rasa aman saat melakukan transaksi	1	2	3	4
15.	Karyawan bersikap sopan saat melayani nasabah	1	2	3	4
16.	Memberikan keamanan fasilitas	1	3	3	4
X5.	Empathy	1	2	3	4
17.	Memberikan perhatian kepada setiap nasabah	1	2	3	4
18.	Mengetahui keinginan nasabah	1	2	3	4
19.	Memberikan kemudahan untuk dihubungi	1	2	3	4
20.	Kemampuan berkomunikasi dengan baik	1	2	3	4

Kepuasan Nasabah :

No.	PERNYATAAN	STP	TP	P	SP
1.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan	1	2	3	4
2.	Saya sebagai nasabah pernah komplain	1	2	3	4
3.	Kinerja bank BRI Ponorogo sesuai dengan harapan nasabah	1	2	3	4
4.	Saya memiliki pengalaman yang baik dalam proses	1	2	3	4

	pelayanan yang diberikan				
5.	Bank BRI Ponorogo pilihan yang terbaik untuk proses pelayanan yang diberikan kepada nasabah	1	2	3	4

## Lampiran B

### Tabulasi Data Mentah

No.	Tangible				Tangible	Reliability				Reliability
	Ta1	Ta2	Ta3	Ta4		Re1	Re2	Re3	Re4	
1	4	2	3	1	2,5	3	3	2	2	2,5
2	2	2	2	1	1,75	2	1	2	2	1,75
3	3	2	3	2	2,5	3	3	3	2	2,75
4	3	2	3	3	2,75	4	4	3	2	3,25
5	3	3	2	3	2,75	3	2	3	2	2,5
6	3	3	2	3	2,75	3	2	3	2	2,5
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3,5
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	2	3	2	2,5	4	2	3	1	2,5
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	2	2	3	2,5	3	3	1	2	2,25
15	4	3	3	3	3,25	4	4	4	3	3,75
16	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3
17	2	3	2	2	2,25	3	3	3	2	2,75
18	4	4	4	3	3,75	3	4	4	3	3,5
19	4	4	3	3	3,5	3	4	3	4	3,5
20	4	4	3	3	3,5	2	2	2	1	1,75
21	3	3	2	2	2,5	2	3	3	3	2,75
22	2	2	1	2	1,75	3	3	4	1	2,75
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	2	3	3	2	2,5	3	3	2	2	2,5
25	3	4	3	4	3,5	3	2	3	4	3
26	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3,5
27	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2,25
28	4	4	2	3	3,25	2	2	3	1	2
29	3	3	4	4	3,5	2	3	4	1	2,5
30	2	2	1	2	1,75	1	4	2	3	2,5
31	2	2	1	2	1,75	3	3	2	1	2,25
32	3	4	4	3	3,5	3	3	3	3	3
33	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75
34	3	2	2	2	2,25	2	3	3	2	2,5
35	3	3	3	2	2,75	2	1	2	1	1,5

36	3	2	3	2	2,5	3	3	3	2	2,75
37	3	3	2	3	2,75	1	1	3	1	1,5
38	3	1	3	3	2,5	2	3	3	1	2,25
39	4	3	2	2	2,75	3	3	2	2	2,5
40	3	3	2	2	2,5	3	4	2	2	2,75
41	3	2	2	2	2,25	3	3	3	1	2,5
42	4	3	1	2	2,5	2	3	2	1	2
43	4	2	4	2	3	4	4	2	4	3,5
44	4	3	2	3	3	4	2	2	1	2,25
45	4	3	4	2	3,25	3	3	3	2	2,75
46	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
47	4	3	3	3	3,25	3	4	3	3	3,25
48	3	2	3	3	2,75	3	3	3	3	3
49	3	2	3	3	2,75	3	4	3	4	3,5
50	3	2	3	3	2,75	4	3	3	2	3
51	4	3	3	3	3,25	4	2	3	4	3,25
52	3	3	2	3	2,75	3	3	2	3	2,75
53	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3
54	3	2	3	3	2,75	4	2	3	3	3
55	3	3	4	4	3,5	3	3	2	3	2,75
56	4	3	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25
57	3	4	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25
58	2	3	3	3	2,75	3	3	3	2	2,75
59	3	2	3	3	2,75	2	3	3	3	2,75
60	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
61	2	1	2	1	1,5	1	2	2	2	1,75
62	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3
63	3	3	3	2	2,75	3	3	3	2	2,75
64	4	3	4	2	3,25	3	3	2	2	2,5
65	4	3	3	3	3,25	3	4	3	2	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2,5
67	2	3	2	3	2,5	2	2	3	3	2,5
68	3	2	1	2	2	3	3	2	1	2,25
69	3	3	2	2	2,5	3	3	3	4	3,25
70	2	3	2	2	2,25	3	3	2	3	2,75
71	2	3	2	2	2,25	3	3	3	2	2,75
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	3	2	2	2	2,25	3	3	3	3	3
75	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3
76	3	3	2	2	2,5	3	2	3	2	2,5

77	4	4	3	3	3,5	4	3	3	4	3,5
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
80	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1,25
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	4	3	3,25	3	3	3	2	2,75
83	2	3	3	3	2,75	3	2	2	4	2,75
84	3	4	3	2	3	3	2	2	3	2,5
85	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3,25
87	3	4	3	4	3,5	3	3	3	4	3,25
88	3	2	3	2	2,5	3	3	3	2	2,75
89	3	2	2	2	2,25	2	2	2	2	2
90	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	4	3	4	3,5	4	3	4	3	3,5
93	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2,5
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	1	1	2	3	1,75	1	4	1	2	2
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No.	Responsiveness				Responsiveness	Assurance				Assurance
	Re1	Re2	Re3	Re4		As1	As2	As3	As4	
1	4	3	4	3	3,5	4	3	3	3	3,25
2	2	2	1	1	1,5	3	2	2	2	2,25
3	4	4	3	2	3,25	3	4	3	3	3,25
4	3	4	4	3	3,5	3	3	4	3	3,25
5	3	4	3	3	3,25	3	3	3	2	2,75
6	3	4	3	3	3,25	3	3	3	2	2,75
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	2	2	3	2,5	3	3	3	3	3
10	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2,75
12	2	3	3	1	2,25	2	2	3	2	2,25

13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
15	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,25
17	2	3	2	3	2,5	3	2	3	3	2,75
18	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
19	4	3	3	3	3,25	4	4	4	3	3,75
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	1	2	2	2	1,75	2	2	2	2	2
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	4	3,25	3	3	3	4	3,25
26	3	3	4	3	3,25	3	4	4	4	3,75
27	4	3	3	3	3,25	3	3	4	3	3,25
28	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3
29	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
30	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2
31	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2,25
32	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3
33	2	3	3	2	2,5	4	3	3	3	3,25
34	2	2	3	2	2,25	3	4	4	3	3,5
35	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	1	2	2	1	1,5	2	2	1	1	1,5
38	2	4	1	2	2,25	3	3	3	3	3
39	3	4	4	3	3,5	2	3	2	3	2,5
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2,75
43	3	2	4	4	3,25	3	3	3	3	3
44	4	4	3	2	3,25	3	3	4	4	3,5
45	3	3	3	3	3	3	1	4	3	2,75
46	4	4	4	4	4	1	2	3	2	2
47	4	2	3	4	3,25	4	3	2	3	3
48	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,5
49	3	4	3	4	3,5	3	2	2	3	2,5
50	3	2	3	2	2,5	3	3	2	4	3
51	3	3	3	2	2,75	4	3	4	4	3,75
52	4	3	3	4	3,5	3	3	3	4	3,25
53	3	3	2	3	2,75	3	3	3	3	3

54	4	2	3	3	3	4	3	2	3	3
55	3	2	3	4	3	3	3	4	2	3
56	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3,5
57	3	3	3	2	2,75	3	3	4	4	3,5
58	2	2	3	3	2,5	2	2	3	3	2,5
59	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25
60	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25
61	2	1	2	1	1,5	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	2	3	4	2	2,75	2	2	2	2	2
64	4	1	3	1	2,25	4	2	4	3	3,25
65	3	2	3	2	2,5	3	3	3	3	3
66	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3
67	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5
68	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2,5
69	3	4	4	2	3,25	2	2	3	3	2,5
70	3	3	3	2	2,75	3	2	2	2	2,25
71	3	3	3	2	2,75	3	3	2	4	3
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
73	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25
74	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2,5
75	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2,75
76	2	3	3	2	2,5	2	2	3	3	2,5
77	4	2	2	2	2,5	3	3	4	4	3,5
78	4	4	3	3	3,5	3	4	4	4	3,75
79	3	4	4	2	3,25	3	3	4	4	3,5
80	2	1	1	2	1,5	4	4	4	4	4
81	4	4	3	2	3,25	3	2	3	4	3
82	3	3	3	2	2,75	3	4	3	3	3,25
83	3	2	3	3	2,75	3	3	2	3	2,75
84	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3,25
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	4	4	4	3	3,75	4	3	4	3	3,5
87	4	3	3	3	3,25	4	4	3	4	3,75
88	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2,75
89	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2,5
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	2	2	2	2	1	1	3	4	2,25
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	2	3	3	3	2,75	3	3	3	3	3
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No.	Empathy				Empathy
	Em1	Em2	Em3	Em4	
1	2	2	1	1	1,5
2	2	2	2	1	1,75
3	3	2	3	4	3
4	3	3	2	3	2,75
5	3	2	3	3	2,75
6	3	2	3	3	2,75
7	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3
9	3	3	2	2	2,5
10	4	4	4	4	4
11	3	3	3	2	2,75
12	3	3	2	2	2,5
13	3	3	3	3	3
14	3	2	3	2	2,5
15	4	2	3	3	3
16	3	3	4	4	3,5
17	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4
19	4	4	3	4	3,75
20	1	2	2	2	1,75
21	3	3	3	3	3
22	2	2	2	2	2
23	3	2	3	3	2,75
24	3	3	3	2	2,75
25	3	3	4	4	3,5
26	4	4	4	4	4
27	3	2	3	2	2,5
28	3	3	4	3	3,25

29	4	3	4	2	3,25
30	1	1	2	1	1,25
31	1	1	2	1	1,25
32	3	3	3	3	3
33	4	2	3	2	2,75
34	3	2	3	3	2,75
35	2	2	1	1	1,5
36	3	3	3	2	2,75
37	3	3	2	2	2,5
38	4	3	3	3	3,25
39	3	2	3	3	2,75
40	3	3	3	3	3
41	3	1	3	1	2
42	3	4	3	3	3,25
43	3	4	3	3	3,25
44	3	3	3	2	2,75
45	4	3	3	3	3,25
46	4	3	4	4	3,75
47	3	2	3	3	2,75
48	3	3	3	3	3
49	2	3	3	2	2,5
50	3	2	3	3	2,75
51	3	4	3	3	3,25
52	3	3	4	3	3,25
53	3	3	3	3	3
54	4	3	3	4	3,5
55	4	2	3	3	3
56	2	3	3	2	2,5
57	2	3	3	4	3
58	3	3	4	2	3
59	2	3	3	3	2,75
60	3	3	4	3	3,25
61	2	2	3	2	2,25
62	3	3	3	3	3
63	3	2	3	2	2,5
64	1	3	3	2	2,25
65	4	3	3	4	3,5
66	3	3	3	1	2,5
67	3	2	4	3	3
68	2	2	3	2	2,25
69	3	2	3	2	2,5

70	3	3	3	2	2,75
71	3	3	3	2	2,75
72	2	2	2	2	2
73	3	2	3	2	2,5
74	3	2	2	2	2,25
75	3	2	2	2	2,25
76	3	2	2	2	2,25
77	3	3	3	4	3,25
78	2	2	3	3	2,5
79	3	3	4	2	3
80	2	1	2	1	1,5
81	3	3	3	3	3
82	3	2	4	2	2,75
83	3	2	3	3	2,75
84	4	3	3	2	3
85	3	3	3	3	3
86	3	3	4	2	3
87	4	4	3	4	3,75
88	2	3	2	2	2,25
89	3	2	3	2	2,5
90	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4
96	4	4	4	2	3,5
97	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4
99	3	3	3	3	3
100	4	4	4	4	4

No.	Kepuasan					Kepuasan
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
1	3	4	4	1	1	2,6
2	1	2	2	2	1	1,6
3	2	4	3	2	1	2,4
4	3	3	3	3	3	3
5	3	2	2	3	3	2,6
6	3	2	2	3	3	2,6
7	2	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	2	3	2,8
10	4	4	4	4	4	4
11	3	3	2	3	2	2,6
12	3	1	4	1	1	2
13	3	3	3	3	3	3
14	1	4	4	1	4	2,8
15	4	3	3	4	3	3,4
16	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3
18	3	3	4	4	4	3,6
19	2	4	4	4	3	3,4
20	2	2	2	2	2	2
21	3	2	2	3	3	2,6
22	3	2	1	2	3	2,2
23	2	3	3	3	3	2,8
24	3	3	3	3	3	3
25	3	3	4	4	3	3,4
26	4	4	4	3	3	3,6
27	3	3	3	4	2	3
28	3	3	3	3	3	3
29	4	3	4	4	3	3,6
30	2	2	2	3	2	2,2
31	1	2	3	4	2	2,4
32	3	3	3	3	3	3
33	3	3	2	3	3	2,8
34	3	2	2	2	2	2,2
35	3	2	1	1	2	1,8
36	3	2	3	2	3	2,6
37	1	1	2	3	2	1,8
38	4	4	4	2	2	3,2
39	3	3	2	3	3	2,8

40	2	3	2	3	3	2,6
41	2	2	3	2	3	2,4
42	2	3	4	3	3	3
43	2	4	3	4	2	3
44	4	3	3	3	4	3,4
45	3	3	3	4	3	3,2
46	4	4	4	4	4	4
47	4	3	4	3	4	3,6
48	3	3	3	3	3	3
49	4	3	3	2	2	2,8
50	3	3	2	2	3	2,6
51	4	3	3	4	3	3,4
52	3	4	3	3	4	3,4
53	3	3	3	3	3	3
54	4	3	4	3	3	3,4
55	4	3	3	4	3	3,4
56	4	3	4	3	3	3,4
57	3	2	3	3	3	2,8
58	2	3	2	2	4	2,6
59	4	3	2	3	3	3
60	4	3	3	3	3	3,2
61	3	3	2	2	2	2,4
62	3	3	3	3	3	3
63	2	2	2	2	2	2
64	3	4	1	4	4	3,2
65	3	3	3	4	4	3,4
66	3	3	3	3	3	3
67	3	2	1	3	3	2,4
68	2	2	2	2	3	2,2
69	2	2	1	3	3	2,2
70	2	2	2	3	3	2,4
71	2	2	3	2	3	2,4
72	2	2	2	3	3	2,4
73	2	3	3	3	4	3
74	3	2	2	3	3	2,6
75	3	3	2	3	3	2,8
76	3	2	2	3	3	2,6
77	4	4	3	3	2	3,2
78	3	4	3	4	4	3,6
79	3	3	2	3	3	2,8
80	2	1	1	1	1	1,2

81	3	3	3	2	3	2,8
82	4	3	3	3	3	3,2
83	3	4	3	2	3	3
84	4	3	3	4	3	3,4
85	3	3	3	3	3	3
86	4	2	3	3	3	3
87	3	3	3	4	3	3,2
88	2	2	3	2	2	2,2
89	3	3	2	3	3	2,8
90	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4
92	3	3	3	4	4	3,4
93	4	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4
96	1	1	4	2	1	1,8
97	3	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4
99	3	3	3	4	3	3,2
100	4	4	4	4	4	4

## Lampiran C

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

#### 1. Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	54	54.0	54.0	54.0
Valid perempuan	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### 2. Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30 tahun	25	25.0	25.0	25.0
31 - 40 tahun	42	42.0	42.0	67.0
Valid 41 - 50 tahun	24	24.0	24.0	91.0
51 ke atas	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### 3. Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	23	23.0	23.0	23.0
Pegawai Negeri	17	17.0	17.0	40.0
Valid Pegawai Swasta	30	30.0	30.0	70.0
Wirasawasta	29	29.0	29.0	99.0
Lain-lain	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran D

### UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

#### 1. Variabel Tangible

		<b>Correlations</b>				
		Ta1	Ta2	Ta3	Ta4	Tangible
Ta1	Pearson Correlation	1	.484**	.477**	.365**	.722**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Ta2	Pearson Correlation	.484**	1	.462**	.567**	.803**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Ta3	Pearson Correlation	.477**	.462**	1	.580**	.813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Ta4	Pearson Correlation	.365**	.567**	.580**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Tangible	Pearson Correlation	.722**	.803**	.813**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	4

## 2. Variabel Reliability

		Correlations				
		Re1	Re2	Re3	Re4	Reliability
Re1	Pearson Correlation	1	.371**	.477**	.447**	.767**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Re2	Pearson Correlation	.371**	1	.303**	.444**	.704**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Re3	Pearson Correlation	.477**	.303**	1	.332**	.689**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,001	,000
	N	100	100	100	100	100
Re4	Pearson Correlation	.447**	.444**	.332**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100
Reliability	Pearson Correlation	.767**	.704**	.689**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	4

### 3. Variabel Responsiveness

		Correlations				
		Res1	Res2	Res3	Res4	Responsiveness
Res1	Pearson Correlation	1	.484**	.486**	.476**	.776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Res2	Pearson Correlation	.484**	1	.568**	.415**	.784**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Res3	Pearson Correlation	.486**	.568**	1	.536**	.818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Res4	Pearson Correlation	.476**	.415**	.536**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Responsiveness	Pearson Correlation	.776**	.784**	.818**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	4

#### 4. Variabel Assurance

**Correlations**

		As1	As2	As3	As4	Assurance
As1	Pearson Correlation	1	.650**	.448**	.460**	.796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
As2	Pearson Correlation	.650**	1	.485**	.515**	.823**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
As3	Pearson Correlation	.448**	.485**	1	.599**	.792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
As4	Pearson Correlation	.460**	.515**	.599**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Assurance	Pearson Correlation	.796**	.823**	.792**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	4

## 5. Variabel Empathy

### Correlations

		Em1	Em2	Em3	Em4	Empathy
Em1	Pearson Correlation	1	.540**	.568**	.577**	.813**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Em2	Pearson Correlation	.540**	1	.517**	.597**	.812**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Em3	Pearson Correlation	.568**	.517**	1	.569**	.795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Em4	Pearson Correlation	.577**	.597**	.569**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Empathy	Pearson Correlation	.813**	.812**	.795**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	4

## 6. Variabel Kepuasan Nasabah

### Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Kepuasan
KP1	Pearson Correlation	1	.463**	.334**	.381**	.389**	.713**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.463**	1	.503**	.408**	.462**	.783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.334**	.503**	1	.284**	.230*	.660**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,004	,022	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.381**	.408**	.284**	1	.546**	.728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.389**	.462**	.230*	.546**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,022	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	.713**	.783**	.660**	.728**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	5

## Lampiran E

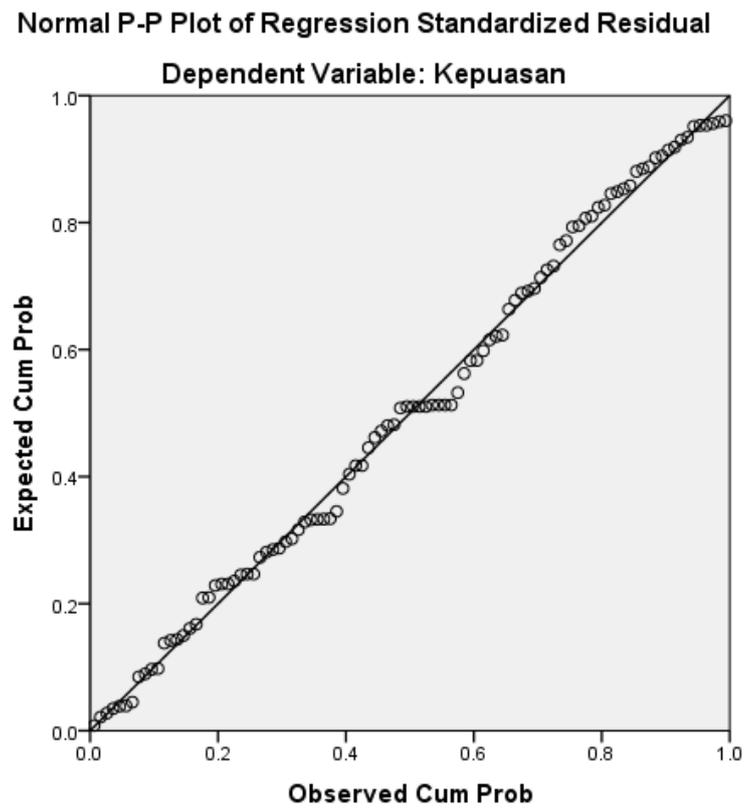
### STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tangible	100	1.50	4.00	2.8950	.59265
Reliability	100	1.25	4.00	2.8350	.58303
Responsiveness	100	1.50	4.00	2.9400	.60000
Assurance	100	1.50	4.00	3.0050	.55616
Empathy	100	1.25	4.00	2.8525	.63175
Kepuasan	100	1.20	4.00	2.8940	.57169
Valid N (listwise)	100				

**Lampiran F**  
**UJI ASUMSI KLASIK**

**1. UJI NORMALITAS**



## 2. UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-.002	.188				-.013
Tangible	.279	.078	.289	3.589	.001	.419	2.386
Reliability	.137	.067	.139	2.037	.044	.583	1.717
Responsiveness	.190	.072	.199	2.626	.010	.472	2.117
Assurance	.150	.070	.146	2.143	.035	.587	1.703
Empathy	.242	.071	.268	3.404	.001	.440	2.271

a. Dependent Variable: Kepuasan

## 3. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.486	.108		
1 Tangible	-.060	.045	-.201	-1.356	.178
Reliability	-.073	.038	-.239	-1.903	.060
Responsiveness	-.026	.041	-.088	-.629	.531
Assurance	.069	.040	.215	1.715	.090
Empathy	.002	.041	.007	.046	.963

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 4. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.744	.730	.29692

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.069	5	4.814	54.601	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.287	94	.088		
	Total	32.356	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.002	.188		-.013	.990
	Tangible	.279	.078	.289	3.589	.001
	Reliability	.137	.067	.139	2.037	.044
	Responsiveness	.190	.072	.199	2.626	.010
	Assurance	.150	.070	.146	2.143	.035
	Empathy	.242	.071	.268	3.404	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan