

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**
(Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
ALIFIAN AMANULLAH
NIM. C2A607013

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Alifian Amanullah
Nomor Induk Mahasiswa : C2A607013
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH
(Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten
Klaten Cabang Karanganom)**

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, SE., M.M.

Semarang, 19 Maret 2012

Dosen Pembimbing,

(Imroatul Khasanah, SE., M.M.)

NIP. 197510152002122004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Alifian Amanullah
Nomor Induk Mahasiswa : C2A607013
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH
(Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten
Klaten Cabang Karanganom)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Maret 2012

Tim Penguji :

1. Imroatul Khasanah, SE.,MM. (.....)
2. Drs. H. Mustofa Kamal, MM. (.....)
3. Drs. Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Alifian Amanullah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 19 Maret 2012
Yang membuat pernyataan,

(Alifian Amanullah)
NIM : C2A607013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom Terhadap Kepuasan Nasabah. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan dan kredit yang melakukan transaksi di PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan dengan teknik *accidental sampling*. Jenis datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden nasabah PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom yang diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 0,164 X_1 + 0,184 X_2 + 0,340 X_3 + 0,247 X_4 + 0,186 X_5$$

Dimana variabel kepuasan nasabah (Y), wujud fisik (X_1), empati (X_2), keandalan (X_3), daya tanggap (X_4), dan jaminan (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan faktor keandalan ($\beta_3 = 0,340$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa kelima variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen kepuasan nasabah. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,528 menunjukkan bahwa 5,28 persen variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 47,2 persen dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan.

Kata kunci : Kepuasan Nasabah, Wujud Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap dan Jaminan

ABSTRACT

This study has an aim is to examine the effect of PD Service Quality Levels. Wedi BKK Karanganom Against Klaten Branch Customer Satisfaction. One of the factors that determine customer satisfaction is the customer perception of service quality which focuses on five dimensions of service quality is the tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance. The populations in this study were clients of savings and credit transactions in PD. Wedi BKK Karanganom Klaten Branch. Data were collected through a questionnaire to 100 respondents PD. Wedi BKK Karanganom Klaten Branch. Sampling techniques in the study done by accidental sampling technique. Types of data are primary data and secondary data. Analysis technique which is used is multiple regressions.

After a literature review and hypothesis formulation, data were collected through a questionnaire to 100 respondents PD clients. Wedi BKK Klaten Branch Karanganom obtained by using accidental sampling technique. Then made an analysis of data obtained by using multiple regression analysis. This analysis covers: validity and reliability, the classical assumption test, multiple regression analysis. Hypothesis testing through t test and F test, and analysis of the coefficient of determination (R²). From the analysis can be obtained equation of regressions:

$$Y = 0.164 + 0.184 X_1 + 0.340 X_2 + 0.247 X_3 + 0.186 X_4 X_5$$

Where the customer satisfaction variable (Y), physical form (X₁), empathy (X₂), reliability (X₃), responsiveness (X₄), and collateral (X₅) has positive and significant impact on customer satisfaction. From the results of the regression coefficients obtained show the reliability factor ($\beta_3 = 0.340$) to be the biggest factor affecting customer satisfaction. Hypothesis testing using t test showed that the five independent variables studied, namely variable tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance proved to have a positive and significant impact on the dependent variable of customer satisfaction. Then through the F test can be seen that the five independent variables are eligible for the dependent variable to test customer satisfaction. Figures Adjusted R Square of 0.528 indicates that 5.28 percent of the variable customer satisfaction can be explained by the five independent variables in the regression equation. While the rest of 47.2 percent is explained by factors other than service quality.

Keywords: Customer Satisfaction, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness and Assurance

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom)**” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, doa, serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Ph.D, Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Ibu Imroatul Khasanah, SE., M.M. selaku dosen pembimbing atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Ibu Dra. Hj. Endang Tri Widyawarti, M.M. selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

4. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar penulis untuk menyusun skripsi ini.
5. Seluruh staf tata usaha dan perpustakaan di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang terimakasih atas segala bantuan selama proses pembuatan skripsi sampai selesai.
6. Kedua orang tua tercinta dan adik-adikku tersayang atas doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dukungan moril dan finansial, serta kesabaran kepada penulis selama ini.
7. Keluarga besar trah Eyang Soekardi Soekarto di Klaten terimakasih atas semangat dan dukungannya selama ini.
8. Bapak Gatot Yanu Hapsoro selaku pimpinan cabang PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karangnom yang telah memberikan ijin dan data-data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat futsal FAC selama 5 tahun bersama menemani dari SMA hingga saat ini, terimakasih atas semangat, dukungan dan kebersamaannya.
10. Sahabat di dalam dan di luar kampus, serta teman-teman Manajemen Reguler II angkatan 2007 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama kita kuliah bersama.
11. Sahabat-sahabat Akuntansi Reguler II angkatan 2007 terimakasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini
12. Segenap adik-adik kelas Manajemen Reguler II angkatan 2009 terimakasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.

13. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat dipergunakan untuk memperbaiki skripsi ini maupun bahan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 19 Maret 2012

Penulis,

(Alifian Amanullah)
NIM : C2A607013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.2 Pengaruh Antar Variabel-variabel Penelitian	20
2.3 Penelitian Terdahulu	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	30

2.5 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5 Metode Analisis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Responden.....	50
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	54
4.3 Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Nasabah Tabungan dan Kredit.....	8
Tabel 1.2 Jumlah Keluhan Nasabah	9
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Respondem.....	51
Tabel 4.2 Umur Responden.....	52
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	53
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	55
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Wujud Fisik	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Empati	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keandalan.....	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap.....	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan.....	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah.....	66
Tabel 4.13 Uji Statistik Non-Parametik Kolmogrov-Smirnov.....	68
Tabel 4.14 Pengujian Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.15 Model Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	71
Tabel 4.16 Uji F.....	72
Tabel 4.17 Uji t.....	73
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas Normal Probability Plot	68
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian	85
Lampiran B	Tabulasi Data Hasil Kuesioner	94
Lampiran C	Hasil Uji Validitas	98
Lampiran D	Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran E	Hasil Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	112
Lampiran F	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	117
Lampiran G	Hasil Uji F.....	120
Lampiran H	Hasil Uji t.....	122
Lampiran I	Hasil Koefien Determinasi (R^2)	123
Lampiran J	Surat Keterangan.....	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan diharapkan pada persaingan yang semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dan peluang yang tidak hanya terdapat di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Dalam mengantisipasi hal tersebut, perusahaan dituntut bekerja strategis dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar.

Dengan kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Sebagaimana pendapat Kotler dan Armstrong (2000), pemasaran seharusnya dimengerti bukan seperti pengertian lama yang menciptakan penjualan – “memberitahukan dan menjual” (*telling and selling*) – tetapi dalam arti yang baru yaitu memuaskan kebutuhan konsumen. Begitu pula menurut Rangkuti (2002), saat ini kegiatan pemasaran merupakan proses yang terintegrasi, yaitu berfokus pada pelanggan. Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Dewasa ini bisnis perbankan merupakan salah satu jenis usaha jasa yang saat ini berada dalam iklim persaingan sangat ketat. Perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Hal ini dapat

dilakukan salah satunya adalah dengan selalu memperbaiki kualitas jasa layanan yang diberikan kepada para nasabah.

Seperti dinyatakan oleh Jenie Siat (1997) bahwa menciptakan hubungan kemitraan yang baik dengan pelanggan adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Karena hubungan yang baik dengan pelanggan akan merupakan nilai tambah yang sangat menguntungkan dan mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Bahkan dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan serta selanjutnya dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, karena pengalaman menyenangkan dari layanan jasa yang diberikan akan diingat oleh pelanggan (Endar Sugiarto, 1999).

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Pelayanan yang baik adalah dapat mengerti keinginan pelanggan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata pelanggan.

Kepuasan nasabah sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja. Kotler dan Armstrong (2000) menyatakan bahwa, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka akan memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya

biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan (Anderson, et al., Edvardson, et al., 2000; Tjiptono, 2004). Salah satu cara utama mendeferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran (Kotler, 1997).

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidak berhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Menurut Tjiptono (1997), kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan nilai pelanggan (*customer value*). Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa

dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan nasabah.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pritchard et al (1999) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap merek (*brand loyalty*) dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelanggan pada merek yang diakumulasikan melalui waktu.

Kepuasan nasabah merupakan respons nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Hartono, 2006). Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Persaingan yang ketat antar bank dewasa ini mendorong setiap bank untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Masing-masing bank mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan nasabah, ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi nasabah baru, juga untuk mempertahankan supaya nasabah lama tidak beralih ke bank lain. Hal ini mendorong bisnis jasa perbankan untuk mencari cara yang mendatangkan

keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 1997).

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah, menurut Parasuraman (1990) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan wujud fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), yang dapat diukur dengan instrumen *SERVQUAL*. Hasil pengukuran dengan instrumen tersebut memberikan informasi tentang seberapa jauh layanan yang diberikan oleh organisasi dapat memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman, dkk (1990), keandalan (*reliability*) secara konsisten merupakan dimensi paling kritis, kemudian tingkat ke-2 jaminan (*assurance*), ke-3 oleh wujud fisik (*tangibles*) (terutama oleh perusahaan perbankan), ke-4 oleh daya tanggap (*responsiveness*), dan kadar kepentingan yang paling rendah adalah empati (*empathy*).

Latar belakang berdirinya Badan Kredit Kecamatan Klaten Jawa tengah didasari dengan keinginan dan tujuan yang mulia yaitu membantu para pedagang-pedagang kecil dan para petani, dengan melihat keadaan-keadaan daerah sebagai berikut :

- Tidak adanya tenaga terampil
- Tidak adanya modal
- Tidak adanya tabungan
- Masih banyaknya rentenir
- Banyak tenaga kerja yang menganggur
- Angka kelahiran tinggi

Disamping hal tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat pedesaan.

Keadaan tidak menguntungkan tersebut mendorong pemerintah daerah propinsi Jawa Tengah untuk berusaha menanggulangnya. Salah satu usaha pemerintah daerah propinsi Jawa tengah adalah membentuk lembaga perkreditan yang diberi nama Badan Kredit Kecamatan (BKK). Badan kredit kecamatan merupakan unit operasionalnya dari lembaga pembayaran pembangunan daerah (PPD) ditingkat kecamatan dan bergerak dibidang pembangunan. Sebagaimana layaknya suatu badan usaha, maka badan kredit kecamatan pun dalam melaksanakan fungsinya diatur dalam suatu organisasi sehingga badan kredit kecamatan dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Tujuannya untuk meningkatkan pendapatan perkapita para pengusaha kecil dan para petani dalam menunjang

pembangunan propinsi Jawa Tengah. Salah satunya adalah PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten.

BKK Wedi Kabupaten Klaten berkantor pusat di Jl. Pemuda No. 230 Klaten yang memiliki 24 kantor cabang, salah satunya cabang Karanganom yang berada di Jl. Penggung - Jatinom Km 4, Karanganom Klaten. PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten memiliki visi, membangun PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten menjadi lembaga keuangan yang sehat, kuat dan efisien dengan mendasarkan kepada GOOD CORPORATE GOVERNANCE untuk menuju ke BPR. Dengan demikian guna mewujudkan visi tersebut PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten akan selalu memberikan layanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk citra yang baik dan kepuasan nasabah.

Objek penelitian ini adalah nasabah dari PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom. Alasannya karena dalam dua tahun terakhir dari tahun 2010 hingga tahun 2011 jumlah nasabah tabungan maupun kredit selalu menunjukkan pertambahan setiap bulannya. Namun pada bulan-bulan tertentu, sebagian dari nasabah mengajukan permohonan untuk menutup buku tabungannya. Hal ini bukan tanpa adanya masalah, namun seringkali nasabah mengeluh akan pelayanan yang diberikan. Misalnya, mengenai apabila nasabah ingin menarik uangnya dalam jumlah besar maka harus menunggu terlalu lama, dikarenakan kurang tersedianya dana bagi nasabah. Berikut ini adalah gambaran mengenai data tahun 2010 hingga tahun 2011 nasabah kredit dan tabungan PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Kantor Cabang Karanganom dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Nasabah Tabungan dan Kredit
PD. BKK WEDI KABUPATEN KLATEN CABANG KARANGANOM
TAHUN 2010-2011

Bulan	Tahun 2010		Tahun 2011	
	Tabungan	Kredit	Tabungan	Kredit
Januari	1752	437	1869	491
Februari	1753	438	1888	512
Maret	1878	444	1900	520
April	1810	459	1917	526
Mei	1793	466	2041	536
Juni	1801	475	1958	555
Juli	1815	481	1964	550
Agustus	1827	470	1978	563
September	1831	471	1998	574
Oktober	1846	473	2023	589
November	1855	479	2046	596
Desember	1849	480	2074	612

Sumber : PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom Tahun 2012

Berdasarkan data jumlah nasabah tabungan dan kredit yang diperoleh dari PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom dari tahun 2010 sampai tahun 2011 menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahunnya. Hal ini berbeda dengan kenyataannya bahwa masih banyaknya keluhan yang disampaikan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom yang dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Keluhan Nasabah
PD. BKK WEDI KABUPATEN KLATEN CABANG KARANGANOM
Tahun 2010-2011

Bulan	2010	2011
Januari	7	14
Februari	8	15
Maret	8	16
April	9	16
Mei	10	18
Juni	12	19
Juli	13	22
Agustus	13	23
September	14	25
Oktober	16	25
November	16	26
Desember	17	28
Jumlah	143	247

Sumber : PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom Tahun 2012

Dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2011 mengalami peningkatan. Selisih keluhan nasabah pada tahun 2010 hingga tahun 2011 mencapai 104 nasabah.

Banyaknya keluhan tersebut dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima. Seperti kurangnya keramahan karyawan, dikarenakan perusahaan tidak

penerapkan standar minimal pelayanan misalkan senyum, sapa dan salam. Serta karyawan tidak pernah diberikan pelatihan mengenai komunikasi yang baik dengan nasabah. Keterlambatan dalam penarikan dana tunai juga dikeluhkan oleh nasabah, karena PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom hanya memiliki kas yang sedikit. Apabila nasabah akan menarik dananya dalam jumlah besar, maka harus jauh-jauh hari memberitahu karena harus diambilkan terlebih dahulu di kantor pusat. Kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, saat ini ruang tunggu yang disediakan hanya berukuran 3x3 meter dan hanya memiliki satu tempat duduk panjang untuk 3 orang. Hal tersebut dirasakan kurang nyaman oleh nasabah apabila banyak nasabah yang mengantri lama. Keluhan nasabah sering kali ditanggapi oleh karyawan terlalu lama, dikarenakan sedikitnya jumlah karyawan yang ada dalam *customer service* sehingga banyak dari nasabah yang terlalu lama mengantri.

Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan PD BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom menunjukkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Nasabah PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam tabel 1.1 yang menunjukkan berapa banyak jumlah nasabah yang terus meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi hal ini juga diiringi dengan jumlah keluhan nasabah yang terus bertambah. Disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal oleh penyedia jasa, yaitu PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganyar. Oleh karena itu penelitian-penelitian yang mengintegrasikan beberapa faktor menjadi satu khususnya faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah sangat diperlukan dan perlu lebih banyak lagi.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh wujud fisik (*tangible*) secara positif terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh empati (*empathy*) secara positif terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah terdapat pengaruh keandalan (*reliability*) secara positif terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) secara positif terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah terdapat pengaruh jaminan (*assurance*) secara positif terhadap kepuasan nasabah?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh jaminan pelayanan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom khususnya bagi pimpinan PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom untuk mengambil kebijakan-kebijakan dalam memberikan pelayanan diwaktu yang akan datang. Sehingga, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom dapat maksimal dan memberikan kepuasan kepada para nasabah.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan teori

2.1.1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menurut Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja di bawah harapan, nasabah akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua bank, baik pemerintah, pelaku bisnis, dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya ke calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi si pemberi jasa.

Kepuasan disebabkan karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima nasabah sebaik yang diharapkan adalah faktor yang menentukan kepuasan. Jadi harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat, serta janji dan informasi pemasar dan pesaing. Nasabah yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabah.

Kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat, dimana jika kepuasan nasabah tinggi maka rangkaian dari kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan nasabah. Untuk menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah tidak berarti memberikan kepada nasabah apa yang diperkirakan perbankan disukai oleh nasabah. Namun perbankan harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya.

2.1.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Salah satu faktor menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat sesaat. Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini disebabkan karena kepuasan pelanggan dapat menjadi umpan balik dan masukan lagi bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Beberapa metode yang digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2002) ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi-informasi yang masuk melalui metode ini dapat memberikan ide-ide dan warna baru yang sangat berharga bagi perusahaan. Metode ini bersifat pasif, sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai kepuasan pelanggan.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost customer analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

4. Survei kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan

memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.1.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*). Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dalam hal ini kualitas pelayanan terdiri dari wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan. Pemberian pelayanan secara *excellent* atau *superior* selalu difokuskan pada harapan konsumen. Apabila jasa yang diterima oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (*excellence service*). Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan dalam memuaskan nasabah tergantung pada kemampuan penyedia jasa (dalam hal ini PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom) dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990). *SERVQUAL* adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedang jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan.

2.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kelima dimensi pokok kualitas pelayanan yang telah disajikan Parasuraman Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) jika dijabarkan pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganyam yaitu sebagai berikut :

1. Wujud fisik (*Tangible*)

Dimensi ini merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan penampilan karyawan.

2. Empati (*Empathy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan.

3. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan sesuai dengan yang disajikan, sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, sistem pencatatan yang akurat.

4. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera. Dimensi ini terlihat pada kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan.

5. Jaminan (*Assurance*)

Adalah kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan yang akan membantu keyakinan pelanggan bahwa ia akan mendapatkan jasa yang diharapkan. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan

yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono,1996).

2.2. Pengaruh Antar Variabel-variabel Penelitian

Kelima dimensi pokok kualitas pelayanan yang telah disajikan Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) dan Lovelock (2002) akan dijadikan variable di dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh Wujud Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Wujud fisik (*tangible*), didefinisikan oleh Parasuraman (1990) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), tersedianya tempat parkir serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Idayanti Nursyamsi (2008) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit cepat aman (KCA) pada perum pegadaian Makasar. Hasil analisis memperlihatkan bahwa variabel *Tangible* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah KCA dan merupakan variabel yang paling dominan. Hal ini menunjukkan peningkatan pada variable *Tangible* akan menyebabkan peningkatan paling besar pada tingkat kepuasan nasabah. Tuntutan nasabah untuk kenyamanan saat bertransaksi, tampilan fisik

yang mempengaruhi emosional nasabah serta adanya informasi yang jelas, sangat dibutuhkan oleh nasabah. Peningkatan atribut tampilan fisik bangunan, taman dan gedung dan kerapihan serta kebersihan pegawai atau bahkan materi promosi berupa brosur dan yang lainnya, dipandang oleh responden sebagai salah satu bagian yang sangat penting untuk mengakui kualitas pelayanan Perum Pegadaian. Hal ini dimungkinkan, karena segmen Perum Pegadaian adalah kalangan menengah kebawah dengan usia produktif, sehingga mengharapkan sesuatu yang riil dalam bentuk fisik yang lebih dari biasanya mereka dapatkan di luar pegadaian, karena *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

Gratel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua. Dari hasil penelitian pengaruh variabel *tangible* terhadap *satisfaction* terbagi menjadi pengaruh langsung maupun tidak langsung. Faktor *tangible* paling dijelaskan oleh indikator kebersihan restoran, maka dari itu pengaruh langsung yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kebersihan, semakin bersih restoran maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sedangkan pengaruh tidak langsung misalnya dengan kerapihan berpakaian karyawan (indikator *tangible*), mengakibatkan meningkatkan persepsi orang terhadap kebersihan makanan (indikator *assurance*), sehingga kepuasan konsumen meningkat.

Berdasarkan telaah teoritis yang disampaikan sebelumnya maka :

H1 : Wujud Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Parasuraman Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990), Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana suatu perbankan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.

Parasuraman (Assauri, 2004) menyatakan ada 10 bagian yang dapat menjadi penentu kualitas pelayanan kepada pelanggan, salah satunya adalah *courtesy*, dalam kegiatan ini adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh karyawan yang memberikan pelayanan kepada pelanggan yang tercermin dari pribadi karyawan seperti sikap sopan dalam memberikan pelayanan, sehingga karyawan mampu memenangkan hati pelanggan.

Idayanti Nursyamsi (2008) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit cepat aman (KCA) pada perum pegadaian Makasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *empathy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dan merupakan salah satu atribut kualitas pelayanan yang dominan. Berarti meningkatkan *empathy* akan sangat berpengaruh pada peningkatan kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian terlihat bahwa kebutuhan nasabah KCA terhadap aktualisasi dan sentuhan pribadi atau pelayanan dengan hati dipandang penting. Pengukuran kepuasan yang menjadi harapan nasabah adalah bagaimana sikap dan sambutan pegawai/petugas dalam melayani nasabah secara sopan dan tulus.

Gratel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua. Dari hasil penelitian variabel *empathy* memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen sangatlah beralasan. Restoran pulau dua memberikan perhatian kepada konsumennya secara lebih. Mulai dari manajer operasionalnya, yang sering kali berkeliling untuk menyapa tamu-tamu restoran dan berkomunikasi dengan baik kepada konsumen yang ada; penyanyi band yang sering kali menyambut pengunjung tetap dengan menyebutkan nama mereka; hingga sampai ke karyawan yang senantiasa berusaha menciptakan suasana yang bersahabat dengan konsumen dan tidak jarang pula mereka mengetahui nama-nama dari pengunjung restoran tersebut.

Berdasarkan telaah teoritis yang disampaikan sebelumnya maka :

H2 : Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990), pengaruh keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja keandalan harus sesuai dengan harapan nasabah yang dapat diukur dengan indikator menyelesaikan keluhan nasabah dengan akurat, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan (total), ketepatan pelaksanaan transaksi dengan akurasi yang tinggi, dan pelayanan yang tepat waktu.

Idayanti Nursyamsi (2008) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit cepat aman (KCA) pada perum pegadaian Makasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Berarti peningkatan variabel *reliability* akan menyebabkan peningkatan pada tingkat kepuasan nasabah. Janji yang diberikan mengenai ketepatan dan keakuratan KCA harus dipenuhi. Proses yang singkat serta tidak adanya perbedaan pelayanan merupakan suatu standar yang harus diperhatikan efisiensi waktu bagi nasabah KCA. Namun hal ini, dipandang oleh responden tidak signifikan karena tujuan responden atau nasabah KCA ke pegadaian adalah untuk mendapatkan dana *cash* yang cepat terhadap kebutuhan keuangan yang segera atau mendesak bagi nasabah.

Gratel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua. Dari hasil penelitian variabel *reliability* memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung. Faktor *reliability* paling dijelaskan oleh indikator kebersihan restoran, maka dari itu pengaruh langsung yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kebersihan, semakin bersih restoran maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sedangkan pengaruh tidak langsung misalnya dengan pelayanan restoran pulau dua dapat menyajikan pesanan kepada konsumen secara tepat (indikator *reliability*), mengakibatkan meningkatnya persepsi orang terhadap perhatian karyawan restoran pulau dua terhadap konsumen secara personal

(indikator *empathy*), yang lebih lanjutnya akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.

Berdasarkan telaah teoritis yang disampaikan sebelumnya maka :

H3 : Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990), daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu nasabah yang segera dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dapat diukur dengan mampu menyampaikan informasi dengan jelas, kecepatan dan ketepatan menyelesaikan keluhan, selalu siap membantu nasabah, kecepatan dan ketanggapan dalam pelayanan.

Idayanti Nursyamsi (2008) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit cepat aman (KCA) pada perum pegadaian Makasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Berarti tingkat peningkatan variabel *responsiveness* akan meningkatkan kepuasan nasabah walaupun tidak signifikan secara parsial. Hal ini terjadi karena responden/nasabah belum atau tidak mempersalahkan mengenai penjelasan mengenai penjelasan dan informasi sebagai faktor utama. Daya tanggap pegawai dan dan informasi pelayanan dipandang oleh nasabah mungkin sudah sesuai dengan standar yang

berlaku di perum pegadaian, mengingat aktivitas pegadaian berhubungan dengan barang kurang dipahami oleh nasabah tentang prosedur yang ada. Dan tuntunan nasabah mengenai gadai adalah perolehan hasil akhir yakni cairnya kredit dari barang yang diagunkan.

Gratel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua. Dari hasil penelitian variabel *responsiveness* memiliki pengaruh paling rendah terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh (berdasarkan hasil observasi) restoran pulau dua yang sering kali menjadi tempat untuk berkumpul dan *me-lobby* sehingga kecepatan dalam menyajikan makanan (indikator yang paling menjelaskan faktor *responsiveness*), tidak terlalu menjadi masalah. Pengaruh tidak langsung dari faktor ini misalnya adalah dengan pelayanan restoran pulau dua senantiasa membantu pelanggan (indikator *responsiveness*), maka akan meningkatkan penilaian terhadap keramahan pelayanan terhadap konsumen (indikator *assurance*) yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan penilaian konsumen terhadap *responsiveness* ini, dapat melatih karyawan agar dapat memberikan informasi atau jawaban secara tepat dan jelas kepada konsumen (Unruh, 1996)

Berdasarkan telaah teoritis yang disampaikan sebelumnya maka :

H4 : Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Jaminan (*assurance*) menurut Zeithaml, Parasuraman, Berry (1990), yakni kompetensi, kesopan santunan, dan kemampuan para karyawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman nasabah kepada bank. Indikator jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan dan pengetahuan karyawan, memberikan rasa aman, pelayanan yang ramah dan sopan, memberi kepercayaan kepada nasabah.

Idayanti Nursyamsi (2008) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit cepat aman (KCA) pada perum pegadaian Makasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Berarti tingkat peningkatan variabel *assurance* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dari hasil data responden, terlihat bahwa perhatian terhadap jaminan sebagai suatu layanan tidak signifikan dalam mencapai kepuasan nasabah, karena masih kurangnya perhatian dan pemahaman terhadap suatu perjanjian transaksi.

Gratel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua. Dari hasil penelitian juga dapat dilihat bahwa telah terbukti terdapat pengaruh antara faktor *assurance* dengan *satisfaction* (kepuasan konsumen). Pengaruh tidak langsung dari faktor ini misalnya pelayanan restoran pulau dua memiliki pengetahuan terhadap produk restoran dengan baik (indikator *assurance*), mengakibatkan meningkatnya komunikasi yang baik antara pelayan dengan konsumen (indikator *empathy*), yang lebih lanjutnya akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.

Berdasarkan telaah teoritis yang disampaikan sebelumnya maka :

H5 : Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan kepuasan konsumen telah banyak dilakukan dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda. Dalam industri jasa yang berbeda, kemungkinan variabel memiliki kualitas yang berbeda pula. Disisi lain dengan pengukuran variabel yang sama tingkat kualitas jasa yang berbeda. Pada jenis industri yang berbeda, bahkan diantara industri jasa yang sejenis, tingkat kualitas jasa dapat berbeda.

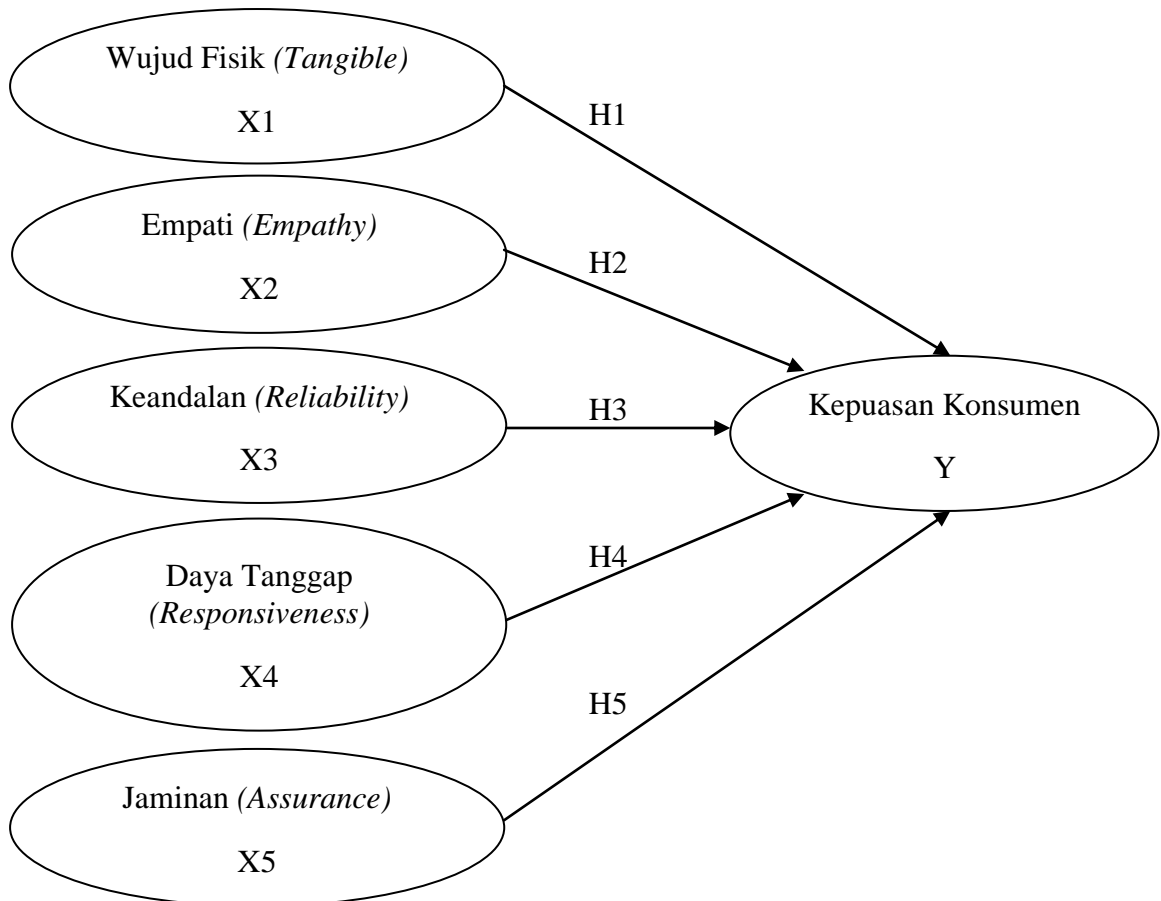
Peneliti	: Dodik Agung dan Tri Gunarsih
Tahun	: 2004
Judul	: “Pengaruh Kualitas Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok : Studi Kasus pada PD. BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar”
Variabel	: Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Nasabah (dependen)
Alat analisis	: Regresi linear berganda
Hasil	: Secara individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan membuktikan bahwa variabel reponsiveness merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

Peneliti	: Idayanti Nursyamsi
Tahun	: 2008
Judul	: “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makasar”
Variabel	: Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Nasabah (dependen)
Alat analisis	: Regresi linear berganda
Hasil	: Secara simultan menunjukkan variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance</i> dan <i>emphaty</i> secara bersama-sama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah KCA Perum Pegadaian Cabang Makasar.
Peneliti	: Eni Andari
Tahun	: 2009
Judul	: “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Swasta dan Rumah Sakit Pemerintah di Kota Yogyakarta”.
Variabel	: Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Pelanggan (dependen)
Alat analisis	: Regresi linear berganda
Hasil	: Menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan yang meliputi <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy</i> dan <i>tangibles</i> terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu seperti yang diuraikan diatas, maka hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini adalah

H1 : Wujud Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H2 : Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H3 : Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H4 : Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H5 : Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1. Variabel Penelitian

Jenis variabel-variabel yang diteliti adalah :

1. Variabel bebas (*independent*), yaitu wujud fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).
2. Variabel terikat (*dependent*), yaitu kepuasan nasabah.

3.1.2. Devinisi Operasional Variabel dan Indikator

Definisi operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel dan indikator pada penelitian ini.

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Wujud Fisik	Wujud fisik diartikan sebagai tampilan fisik seperti peralatan, penampilan karyawan, fasilitas gedung dan lainnya.	<ul style="list-style-type: none">▪ Nyaman▪ Penampilan karyawan▪ Fasilitas memadai▪ Areal parkir luas
Empati	Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa	<ul style="list-style-type: none">▪ Memahami kebutuhan dan kepentingan▪ Perhatian dan kesabaran

	penting, dihargai dan dimengerti oleh perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menghargai dan mengerti keluhan nasabah
Keandalan	Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan akurat dan handal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelayanan maksimal ▪ Tepat dan akurat ▪ Simpatik ▪ Waktu pelayanan sesuai dengan janji
Daya Tanggap	Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan segera dan tepat.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memberikan informasi lengkap ▪ Menyelesaikan keluhan dengan cepat ▪ Pelayanan cepat dan tanggap ▪ Membantu kesulitan nasabah
Jaminan	Jaminan adalah pengetahuan, keramahan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dapat menjawab pertanyaan dengan baik ▪ Meyakinkan dan menanamkan rasa aman ▪ Sopan dan ramah ▪ Transaksi dapat dipercaya
Kepuasan Nasabah	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tepat dalam memberikan informasi transaksi ▪ Dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan ▪ Produk yang ditawarkan memuaskan ▪ Produk tidak mengecewakan

Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini, 2012

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya (Kuncoro, 2001). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganyar. Menurut data dari perusahaan, jumlah nasabah selama tahun 2010 hingga tahun 2011 ialah sebanyak 2.684 nasabah.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat pengumpulan data. Jumlah sampel berdasarkan pendapat Roscoe seperti dikutip Sekaran (2000) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam semua penelitian.

Sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan metode Slovin (Umar, 2005) yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,1 atau 10%)

$$n = \frac{2684}{1 + 2684 (0.1)^2}$$

$$= 96,40804598$$

Berdasarkan perhiungan, maka diperoleh sampel sebanyak 96,40804598 dan agar penelitian ini menjadi lebih fit maka diambil 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden (n=100). Berdasarkan pendapat Roscoe sampel dalam penelitian sudah dianggap mencukupi.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Sumber data penelitian ini adalah nasabah yang dimintai tanggapan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden tentang keandalan, jaminan, wujud fisik, daya tanggap, empati dan kepuasan nasabah.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

3.3.1. Data primer

Data primer menurut (Husein Umar, 2003) adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner langsung kepada nasabah debitur PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom.

3.3.2. Data sekunder

Data sekunder menurut (Husein Umar, 2003) adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh

pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data bank (PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom). Data sekunder dalam penelitian ini sejarah singkat PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom, struktur kepemimpinan, lokasi PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom dan info jumlah nasabah pada tahun 2010-2011.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang disampaikan langsung kepada responden. Metode kuesioner yaitu dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden terkait dengan pelayanan yang diterima sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara tertulis (Husein Umar,2003).

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada nasabah PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Kantor Cabang Karanganom sebagai respondennya yang akan menjawab semua item pertanyaan. Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternative jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya (Supardi,2005).

Dari jawaban daftar pertanyaan yang diajukan pada responden diolah dengan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

- 1 STS = Sangat tidak setuju
- 2 TS = Tidak setuju
- 3 N = Netral
- 4 S = Setuju
- 5 SS = Sangat setuju

3.4.2. Wawancara

Selain kuesioner, juga digunakan teknik wawancara untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kuesioner tersebut. Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data lain yang tidak terformulasi dalam kuesioner. Namun, akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan, sehingga layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang terkumpul melalui kuesioner.

3.5. Metode Analisis

Di dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Menurut Gujarati (dalam Ghozali, 2006), secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Menurut Tabachnick (dalam Ghozali, 2006) hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus: pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai actual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, yaitu suatu bentuk analisis yang penyajiannya dalam angka-angka yang dapat diukur dan dihitung. Tingkat ukuran yang dipakai dalam pengukuran variabel adalah dengan skala Likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya (Algifari, 2003).

Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer, menggunakan program SPSS untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel penelitian dengan menggunakan uji data yaitu uji reliabilitas dan uji validitas.

3.5.1. Metode analisis data

Sebelum penelitian dilakukan, perlu adanya pengujian terhadap dua konsep besar dalam bidang *meassurment* yaitu validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan. Pengujian validitas dan reliabilitas daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar daftar pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian yang memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memenuhi syarat. Tahapan-tahapan yang digunakan untuk menganalisis data yaitu :

3.5.1.1. Uji Validitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Augusty, 2007).

Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi product moment (Umar, 2003:84):

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)*. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p value*/nilai signifikansi kurang dari 0,05 (5%) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai *p value* atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5%) dinilai tidak valid.

Dengan degree of freedom (df) = (n-2) dan alpha = 0,05, maka r tabel : 0,197 sehingga :

- Variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan r hitung > r tabel

- Variabel dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ tabel.

(Ghozali, 2006)

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2006). One shot atau pengukuran sekali saja yaitu disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Menurut Nunnally (dalam Ghozali,2006), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila:

Hasil $\alpha > 0,60 =$ Reliabel

Hasil $\alpha < 0,60 =$ Tidak Reliabel

Adapun rumus kasar diperoleh dari:

$$r_1 = \frac{k}{(k - 1)} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right]$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

k = banyaknya belahan tes

S_i = varians belahan tes

3.5.2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan dua cara apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji statistik yang digunakan antara lain analisis histogram, normal probability plots dan Kolmogorov-Smirnov test. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. (Ghozali,2006)

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2006). Pada grafik normal plot, dengan asumsi :

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variable independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independent. Selain itu multikolinearitas dapat digunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$VIF = 1/Tolerance$$

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2006) :

Jika $Tolerance \leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$ maka ada multikolinearitas.

3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Jika variance dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterodastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali,2006).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variable terikat atau dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID, dimana sumbu Y adalah sumbu yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah *diturdenized* (Ghozali,2006).

Adapun dasar atau kriteia pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah (Ghozali,2006) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.6. Pengujian Model dan Hipotesis

3.6.1.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y) (Ghozali, 2006). Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah wujud fisik (X_1), empati (X_2), keandalan (X_3), daya tanggap (X_4), dan jaminan (X_5) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y), sehingga persamaan regresi berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

X_1 = Wujud fisik

X_2 = Empati

X_3 = Keandalan

X_4 = Daya Tanggap

X_5 = Jaminan

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (Wujud Fisik)

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (Empati)

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (Keandalan)

β_4 = Koefisien regresi dari variabel X_4 (Daya Tanggap)

β_5 = Koefisien regresi dari variabel X_5 (Jaminan)

e = *residual error*

3.6.1.2. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.6.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut : uji signifikan (pengaruh nyata) variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara bersama-sama pada hipotesis 1 (H1) sampai dengan hipotesis 5 (H5) dilakukan dengan uji F (F-test) dan uji statistic t (t-test) pada level 5% ($\alpha = 0,05$).

3.6.2.1. Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 benar-benar berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$, artinya tidak ada pengaruh wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.
- $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$, artinya ada pengaruh pengaruh wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Kriteria Pengujiannya dengan taraf signifikansi sebesar 5% maka:

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Menentukan signifikansi

- Nilai signifikansi ($P Value$) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai signifikansi ($P Value$) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Membuat kesimpulan

- Bila (*P Value*) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variable independen secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variable dependen.
- Bila (*P Value*) > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variable independen secara simultan (bersama-sama) tidak mempengaruhi variable dependen.

Mencari rumus F hitung ialah :

$$F = \frac{R^2/(k - 1)}{(1 - R^2)(n - k)}$$

Keterangan

R^2 = Koefisien determinasi

k = Banyaknya variable bebas

n = Banyaknya sampel

3.6.2.2. Uji - t

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

- $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y .
- $H_a : \beta > 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y .

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan tiga cara :

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - Apabila t hitung $>$ t tabel, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y . (H_0 ditolak dan H_a diterima)
 - Apabila t hitung $<$ t tabel, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y . (H_a diterima dan H_0 ditolak)
2. Dengan menggunakan angka signifikansi.
 - Apabila angka signifikansi $<$ $0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Apabila angka signifikansi $>$ $0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Membuat kesimpulan

- Bila (*P Value*) < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
- Bila (*P Value*) > 0,05 maka H₀ diterima dan ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

Mencari t hitung dengan rumus :

$$\frac{R \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - R^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien Korelasi

R² = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel