

## TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER ( TAPM )

### ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK NTB CABANG SUMBAWA BESAR



TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Disusun Oleh :

**DWI RAHAYU RATIH WS**

NIM. 015 736 558

**PROGRAM PASCA SARJANA**

**UNIVERSITAS TERBUKA**

**2012**

## ABSTRACT

*The influence of service quality to the satisfaction of PT. Bank NTB customers at Sumbawa Besar branch*

**Dwi Rahayu Ratih WS**

Universitas Terbuka

[dwirahayu.72@gmail.com](mailto:dwirahayu.72@gmail.com)

*Key : Customer satisfaction, service quality ( empathy, tangible, assurance, reliability, responsiveness*

*Since the development on banking business is quite significant in the district of Sumbawa which are seen as some conventional bank operating where service must become priority or concern of each bank. The aim of this research is (1) to study the significant influence of reliability, responsiveness, tangibility, the empathy and assurance to the satisfaction of the customers partially and simultaneously. (2) to study which one of those five contribute to the service quality of PT Bank NTB of Sumbawa Besar branch. Descriptive Method is apply on this research, and Double Regresion is apply for the analysis, while to test the significant level apply the F and T test, and the research result will show the influence of the service to the customers. It can be seen from the coefficient correlation  $r$  as big 0.725 with the coefficient determination ( $R^2$ ) as big 0.525 which means that the service quality significantly influence as big 52.5 percent to the customers satisfaction, the F score count as big 56,199 bigger from the F table ( $F_{0.05, 5, 260}$ ) that is as big 2.21 so  $H_0$  is being rejected means there is significant influence simultaneously or altogether with service quality dimension to the satisfaction of PT. Bank NTB Sumbawa branch customer satisfaction, based on the partial test result is also achieved the service quality the most dominant in influence the customer satisfaction is the tangible ( real / X5 ) it seen from the the coefficient score ( standardized coefficient beta ) that bigger with the coefficient as big 0.268. Suggestion to PT bank NTB Sumbawa Besar branch is improve the service quality, give more attention to customers that is having problems in transaction, right in time, prevent any mistake on the proses of transaction to meet and increase the customer satisfaction and build a long term symbiosis.*

## ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar

Dwi Rahayu Ratih WS  
Universitas Terbuka  
[dwirahayu.72@gmail.com](mailto:dwirahayu.72@gmail.com)

Kunci: Kepuasan nasabah, kualitas pelayanan ( *emphaty, tangible, assurances, reliability, responsveness* )

Perkembangan bisnis perbankan di kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini bisa ditandai dengan bertambahnya jumlah bank konvensional yang beroperasional di Kabupaten Sumbawa, hal ini semakin menuntut adanya peningkatan kualitas pelayanan dari masing-masing bank tersebut. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui pengaruh *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *Emphaty* (empati), *assurance* (jaminan), dan *tangible* (nyata) secara signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan. Untuk mengetahui, mana diantara ke lima faktor tersebut yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), berwujud (*tangibles*) yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di PT . Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Metode yang digunakan adalah metode penelitian diskriptif, analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda ,sedangkan untuk menguji tingkat signifikan menggunakan uji f dan t, dengan hasil penelitian antara lain Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah . Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi ( r ) sebesar 0.725 dengan koefisien determinasi (  $R^2$  ) sebesar 0.525 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan sebesar 52.5 persen terhadap kepuasan nasabah, nilai F hitung sebesar 56,199 jauh lebih besar dari F tabel ( F 0.05 , 5 , 260 ) yaitu sebesar 2.21 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar, berdasarkan hasil pengujian secara parsial ini sekaligus juga diperoleh dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi *tangible* ( nyata / X5 ) hal ini terbukti nilai koefisien ( *standardized coefficient beta* ) yang lebih besar dengan angka koefisien sebesar 0.268. Saran yang dapat diberikan adalah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar lebih meningkatkan kualitas pelayanan, lebih memberikan perhatian kepada nasabah terutama nasabah yang memiliki masalah dalam menyelesaikan transaksinya, tepat waktu dan tidak melakukan kesalahan pada saat bertransaksi , sehingga hal ini dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah dan lebih bisa membangun kerja sama dalam jangka waktu yang lebih panjang.

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

---

**PERNYATAAN**

TAPM yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari dinyatakan ditemukan adanya penjiplakan (*plagiat*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik

Sumbawa Besar, 21 April 2012

Yang Menyatakan



**DWI RAHAYU RATIH WS**

015736558

## LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar.**

Penyusun TAPM : Dwi Rahayu Ratih WS

NIM : 015736558

Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN

Hari/Tanggal : Sabtu, 21 April 2012

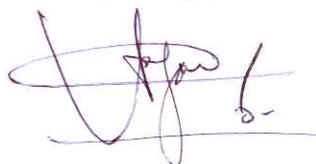
Menyetujui ;

Pembimbing I



**Drs. H. Budi Santoso, M. Com, Ph. D**  
Nip. 19600712 198603 1 002

Pembimbing II



**Dr. Tri Darmayanti**  
Nip. 196000410 198903 2 001

Mengetahui ;

Ketua Bidang  
Ilmu/Program Magister Manajemen



**Maya Maria, SE, MM**  
Nip. 19720501 199903 2 003

Direktur Program Pascasarjana



**Suciati, M. Sc, Ph. D**  
Nip. 19520213 198503 2 001

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTES MANAJEMEN**

---

**PENGESAHAN**

Nama : Dwi Rahayu Ratih WS  
NIM : 015736558  
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN  
Judul Tesis : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar**

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 21 April 2012

Waktu : 19.30 WIB

Dan telah dinyatakan : LULUS

**PANITIA PENGUJI TESIS**

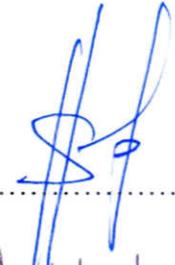
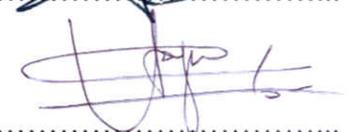
Ketua Komisi Penguji : Dr. Sofjan Arifin, M. Si

Penguji Ahli : Dr. Fx. Bambang Wiharto, MM

Pembimbing I : Drs. H. Budi Santoso, M. Com, Ph.D

Pembimbing II : Dr. Tri Darmayanti,

UNIVERSITAS TERBUKA

.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala karunia-Nya, sehingga penulis menyelesaikan penulisan tesis ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Magister Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka. Adapun judul penelitian penulis adalah “ analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar.

Dalam penggarapannya, segala keterbatasan dan upaya-upaya untuk mengatasinya yang telah menyertai proses penyempurnaan tesis ini menjadi bagian dari dinamika perjuangan dalam menempuh dan menyelesaikan pendidikan ini, semoga Allah SWT tetap melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis tetap diberikan kekuatan untuk menghadapi tugas-tugas baru di masa mendatang.

Selama melakukan penulisan dan penelitian tesis ini, Selama melakukan penulisan dan penelitian tesis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof.Ir. Tian Belawati, M.Ed,Ph.D selaku Rektor Universitas Terbuka.
2. Ibu Suciati, M.Sc. Ph.D, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
3. Ibu Maya Maria, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka,
4. Bapak Drs. H. Budi Santoso, M.Com, Ph.D , selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini
5. Ibu Dr.Tri Darmayanti, ,selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini
6. Bapak Bupati dan wakil Bupati yang telah memberikan kesempatan belajar dan beasiswa bagi penulis
7. Bapak Mausung, SE selaku Pimpinan PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar, atas bantuannya dalam penyusunan Tesis ini
8. Pengurus UPBJJ-UT Mataram dan staf atas bantuannya yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan dalam proses belajar selama penulis mengikuti pendidikan.
9. Rahman Ansori S.Sos.M.Si, Ketua Pengurus Pokjar S2 UT Kabupaten Sumbawa;
10. Seluruh dosen mata kuliah pada Program Studi Magister Manajemen Universitas terbuka yang telah menyumbangkan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis;

11. Kepala Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Sumbawa beserta staf, atas dukungannya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas belajar dengan baik;
12. Kedua orang tuaku serta saudara-saudaraku yang ikhlas, setia dan kasih sayangnya telah menyertai perjalanan studi penulis dengan doa dan motivasi;
13. Suamiku Muhammad Jalaluddin, dan anak-anakku Annisa rif'at Meidiana dan Muhammad Rafi Wicaksono atas doa dan cinta yang selalu ada untukku dan membuatku selalu bersemangat dalam penyelesaian tesis ini
14. Sahabatku Priadi Primaputra, ST, MT, Ir. Iskandar, Sofyan Yahya, SE, Msi, Erwin Sukmadipoera, Drs. Hayatuddin, Wahyu Arief wahyudinsyah, yang telah sangat membantu menyelesaikan tesis ini.
15. Seluruh rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan perhatian kepada penulis ketika masa kuliah dan saat penulisan tesis. Penulis berharap semoga akan dapat bermanfaat kepada seluruh pembaca.

**Sumbawa Besar, 2012**

**Penulis,**

**Dwi Rahayu Ratih WS**

## DAFTAR ISI

ABSTRACK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I        PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II        TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teori.....	10
B. Kerangka Berpikir.....	31
C. Definisi Operasional.....	32
<b>BAB III      METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Desain Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel.....	38
C. Instrumen Penelitian.....	40
D. Prosedur Pengumpulan data.....	45
E. Metode Analisis Data.....	47

<b>BAB IV</b>	<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
A.	Temuan.....	55
	1. Responden Penelitian.....	55
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
	Uji Validitas.....	57
	Uji Reliabilitas.....	63
B	PEMBAHASAN.....	64
	Diskriptif Hasil Penelitian.....	64
	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	89
	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	96
	Evaluasi Hasil Regresi.....	99
	Interpretasi Hasil Penelitian.....	100
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>107</b>
	1. Kesimpulan.....	107
	2. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Gambar Grafik perumbuhan Bank.....	2
Gambar 2	Tingkat kepuasan pelanggan.....	11
Gambar 3	Fungsi Bank.....	26
Gambar 4	Kerangka berpikir.....	32

UNIVERSITAS TERBUKA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT. Bank NTB .....	4
Tabel 2. Tabel Definis Operasional variabel.....	35
Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. Karakteristik Usia.....	55
Tabel 5. Karakteristik Pendidikan.....	55
Tabel 6. Karakkteristik Pekerjaan.....	56
Tabel 7. Hasil uji Validitas variabel Keterandalan pd pelayanan bank ( <i>reliability</i> ) – X1 .....	57
Tabel 8. Hasil uji Validitas untuk variabel daya tanggap (responsiveness-X2) .....	58
Tabel 9. Hasil uji Validitas untuk variabel Jaminan ( assurance-X3) .....	59
Tabel 10. Hasil uji Validitas untuk variabel empaty (Emphaty –X4) .....	60
Tabel 11. Hasil uji Validitas untuk variabel Berwujud ( tangible-X5).....	61
Tabel 12. Hasil uji Validitas untuk variabel kepuasan nasabah –Y.....	62
Tabel 13. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan ( <i>reliability</i> ) 1.....	65
Tabel 14. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan ( <i>reliability</i> ) 2.....	66
Tabel 15. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan ( <i>reliability</i> ) 3.....	67
Tabel 16. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan ( <i>reliability</i> ) 4.....	68
Tabel 17. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (Responsiveness) 1.....	69
Tabel 18. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (Responsiveness) 2.....	70
Tabel 19. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (Responsiveness) 3.....	71
Tabel 20. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan ( assurance ) 1.....	72
Tabel 21. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan ( assurance ) 2.....	73
Tabel 22. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan ( assurance ) 3.....	74
Tabel 23. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan ( assurance ) 4.....	75
Tabel 24. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( emphaty ) 1.....	76

Tabel 25. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty (emphaty) 2.....	77
Tabel 26 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty (emphaty) 3.....	78
Tabel 27. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty (emphaty) 4.....	79
Tabel 28. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty (emphaty) 5.....	80
Tabel 29. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud (tangible) 1.....	81
Tabel 30 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud (tangible) 2.....	82
Tabel 31 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud (tangible) 3.....	83
Tabel 32. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud (tangible) 4.....	84
Tabel 33. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 1.....	85
Tabel 34. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 2.....	86
Tabel 35. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 3.....	87
Tabel 36. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 4.....	88
Tabel 37. Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 39. Hasil uji Normalitas.....	95
Tabel 40. Hasil uji Analisis regresi.....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data dasar responden.....	118
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas kehandalan.....	120
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas terhadap variabel Responsiveness.....	122
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas terhadap variabel Assurances.....	124
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas terhadap variabel Emphaty.....	126
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas terhadap variabel tangible.....	128
Lampiran 7	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel kepuasan nasabah.....	130
Lampiran 8	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel Kehandalan.....	132
Lampiran 9	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel Responsiveness.....	134
Lampiran 10	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel Assurances.....	136
Lampiran 11	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel Emphaty.....	138
Lampiran 12	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel tangible.....	140
Lampiran 13	Hasil Pengujian Responden terhadap variabel kepuasan nasabah.....	142
Lampiran 14	Hasl Uji Normalitas.....	144
Lampiran 15	Hasil Uji Heterodekatisitas.....	145
Lampiran 16	Hasil Uji Multikolinearitas.....	147
Lampiran 17	Hasil Uji Analisa Regresi.....	148
Lampiran 18	Kuisioner.....	150

## BAB I PENDAHULUAN

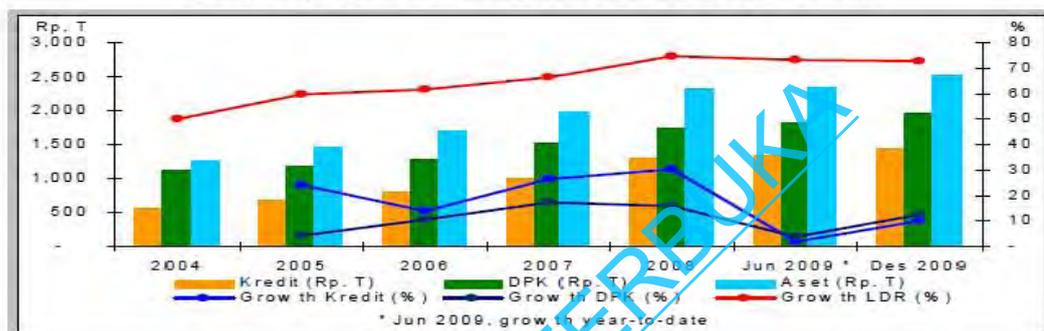
### A. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi nasional di Indonesia saat ini ini bergerak cepat dengan tantangan yang semakin kompleks. Sektor industri meningkat kemajuannya seiring dengan kemajuan sistem perbankan. Sistem perbankan sendiri memiliki posisi yang strategis sebagai lembaga perantara (*intermediary*) dalam menunjang sistem pembayaran. Dengan semakin meningkatnya sektor riil dibidang industri sudah barang tentu sangat membutuhkan lembaga perbankan dengan kondisi yang baik dan mendukung sektor perbankan itu sendiri. Sebagai badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan pada masyarakat, serta sebagai lembaga kepercayaan masyarakat (*Fiduciary Financial Institution*), maka dunia perbankan juga diberi tugas mengembangkan amanat pembangunan bangsa demi tercapainya tarap hidup masyarakat .

Tantangan yang dihadapi perbankan nasional cukup berat di tahun 2010. Perbaikan kondisi ekonomi pasca krisis finansial mendapat tantangan yang besar dari pemberlakuan ACFTA yang akan memberikan tekanan terhadap sektor riil khususnya manufaktur yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perbankan khususnya risiko penurunan kualitas kredit dari debitur. Persaingan yang tinggi yang terjadi di perbankan pada 2009 akan berlanjut di 2010 khususnya dengan trend penurunan suku bunga kredit maka perbankan akan semakin agresif dalam persaingan suku bunga kredit. Kondisi

tersebut juga akan terjadi dalam perebutan dana murah yang mengedepankan teknologi dan layanan yang akan menguntungkan nasabah dalam kemudahan bertransaksi. Pemanfaatan teknologi juga sebagai salah satu strategi perbankan untuk meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya, yang pada akhirnya akan mengoptimalkan kinerja bank.

Grafik 1 : Pertumbuhan Aset, Kredit & Dana Perbankan



Sumber : Statistik Perbankan Indonesia (SPI), BI

Kondisi ini mempengaruhi kondisi perbankan Indonesia secara umum, juga berpengaruh terhadap kondisi perbankan di Kabupaten Sumbawa secara khususnya dan di NTB secara umumnya, hal ini tercermin dari pertumbuhan indikator utama perbankan baik pada aset, kredit maupun simpanan (DPK) yang berada dalam kisaran yang cukup tinggi dan terus mengalami trend peningkatan. Kinerja fungsi intermediasi perbankan terus menunjukkan peningkatan yang disertai oleh semakin membaiknya kualitas kredit.

Pekembangan bisnis perbankan di kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini bisa ditandai dengan bertambahnya jumlah bank konvensional yang beroperasi di Kabupaten Sumbawa, hal ini semakin menuntut adanya peningkatan kualitas pelayanan dari masing-masing bank tersebut. Kemajuan suatu bank tidak hanya ditandai

dengan semakin banyaknya cabang yang dibuka, jumlah ATM yang tersebar dimana-mana, produk yang ditawarkan, tingkat suku bunga, tetapi juga kualitas pelayanan dari bank itu sendiri. Dalam bisnis perbankan, pelayanan merupakan kunci yang membedakan kualitas bank dengan pesaingnya, sehingga pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan pemasaran suatu perusahaan. Perbankan merupakan perusahaan jasa yang sangat terkait erat dengan kepercayaan, *service* (layanan), dan hubungan yang dekat terpadu merupakan interaksi terbaik kepada nasabah.

Sedangkan dalam manajemen pemasaran dikenal bahwa setelah pembeli melakukan keputusan pembelian, ada proses selanjutnya yaitu pasca pembelian. Dalam pasca pembelian konsumen, pelanggan yang merasa puas akan melanjutkan untuk membeli kembali. Bagi pelanggan yang merasa tidak puas akan menghentikan pembelian sekaligus mungkin akan memberitahukan kepada rekan-rekannya.

Perilaku konsumen pasca pembelian menjadi sangat penting bagi perusahaan. Perilaku mereka dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka kepada pihak lain tentang produk perusahaan. Bagi perusahaan jasa seperti perbankan perilaku nasabah pasca pembelian jasa layanan perbankan, akan menentukan minat nasabah untuk melakukan transaksi lagi di bank tersebut. Ada kemungkinan nasabah tidak akan menjadi nasabah bank lagi setelah melakukan transaksi di suatu bank karena ketidaksesuaian kualitas pelayanan yang didapat dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya.

Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan nyata konsumen yang dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan psikologikal, sedangkan perilaku nasabah suatu bank dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kualitas layanan. Kualitas layanan yang merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (Kotler, 1997: p.20).

PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar merupakan salah satu jenis bank pembangunan daerah yang memiliki banyak pesaing terutama dari bank konvensional lainnya dimana bank-bank tersebut menawarkan fasilitas yang lebih menarik konsumen yang ada di Kabupaten Sumbawa begitu juga pelayanannya. Untuk itu PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar dituntut untuk meningkatkan kinerja pelayanannya agar peningkatan nasabah yang telah dicapainya tidak direbut oleh bank lain, juga untuk menarik calon nasabah yang akan melakukan transaksi pada bank ini. Perkembangan nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar selama kurun waktu 5 (lima) tahun dapat dilihat dari tabel ini :

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar

Tahun	Giro	Komposisi (%)	Tabungan	Komposisi (%)	Deposito	Komposisi (%)	Total
2005	626	5,78	10.155	93,82	43	0,40	10.824
2006	602	5,25	10.817	94,38	42	0,37	11.461
2007	590	4,86	11.511	94,83	38	0,31	12.139
<b>2008</b>	<b>495</b>	3,91	<b>12.120</b>	95,65	<b>56</b>	0,44	12.671
2009	469	3,58	12.554	95,91	67	0,51	13.090

Sumber: Laporan keuangan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar, 2010 ,

Dari Tabel di atas, dapat dilihat kecenderungan jumlah nasabah pada tabungan dan deposito cenderung meningkat, walaupun pada tahun 2007 terjadi penurunan, sementara untuk giro cenderung menurun, kenaikan minat menabung di tabungan dan deposito ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. BANK NTB Cabang Sumbawa Besar berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah PT BANK NTB Cabang Sumbawa Besar bila dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*).

Namun pada saat ini, permasalahan yang sering terjadi ialah adanya antrian yang cukup panjang pada minggu-minggu sibuk yakni minggu pertama dan minggu keempat setiap bulannya, sistem pengantrian pada PT. Bank NTB menggunakan sistem penomoran, namun dalam pelaksanaannya terdapat lebih dari 10 orang yang mengantri untuk mendapatkan pelayanan. Hal ini disebabkan oleh karena PT. Bank NTB mempunyai peran utama dalam mengelola dana pemerintah daerah maupun beberapa perusahaan penyedia

barang dan jasa Pemerintah daerah. Maka transaksi-transaksi keuangan cenderung lebih banyak terjadi pada minggu pertama dan minggu keempat ini, seperti penyetoran gaji para pegawai, penarikan gaji, penukaran cek, dan lain sebagainya.

Selain itu permasalahan yang sering terjadi adalah kurangnya pelayanan yang memuaskan dari bank terhadap nasabah, hal ini bisa dilihat dari sarana ATM yang sering macet, tidak adanya cabang yang bisa melayani selain di kantor pusat, kurangnya informasi yang memadai, dan sering dikeluhkan oleh nasabah adalah lamanya suatu proses pelayanan untuk satu orang nasabah. Hal ini tentunya sangat mengganggu kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Permasalahan-permasalahan diatas diperoleh berdasarkan hasil *observasi* dan *interview* pada saat jam pelayanan di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar.

Sehingga bisa dirumuskan permasalahan yang sering terjadi di PT. Bank NTB antara lain adalah :

- Pelayanan yang diharapkan tidak didapatkan nasabah bank
- Nasabah merasa tidak dipedulikan oleh pihak bank
- Tidak ada yang bersedia mendengar apa yang disampaikan nasabah
- Nasabah diperlakukan dengan kasar
- Tidak ada perhatian pribadi untuk nasabah dari pihak bank

- Tidak seorangpun petugas bank yang mau menerima tanggung jawab bila ada kesalahan dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah
- Sarana dan Prasarana yang tidak menunjang

Berdasarkan fenomena diatas, PT. BANK NTB Cabang Sumbawa Besar perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian PT. BANK NTB Cabang Sumbawa Besar terhadap kepuasan nasabahnya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak puas. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama/lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah akan puas. Berdasarkan teori dari Valerie Zeithaml, Leonard L. Berry, dan A. Parasuraman, 1996, dimana kualitas pelayanan dapat dilihat dari 10 dimensi pelayanan dimana pada perkembangannya diringkas menjadi lima dimensi pelayanan antara lain *Reability, assurances, responsiveness, emphaty, tangible*, manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BANK NTB Cabang Sumbawa Besar .

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas , dapat ditarik perumusan permasalahan yaitu :
2. Apakah ada pengaruh keterandalan (*reliability*, daya tanggap (*Responsiveness*), empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud

(*tangible*) terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan.

2. Diantara dimensi keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank NTB Cabang Sumbawa?

### C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menganalisa pengaruh keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan;
2. Untuk menganalisa mana diantara ke lima faktor tersebut yaitu kehandalan yaitu keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar.

### D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi PT. Bank NTB cabang Sumbawa dalam mengukur konsekuensi perilaku yang timbul akibat kualitas pelayanan yang diberikan selama ini terhadap kepuasan pelanggan;

2. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah; dan
3. Secara teoretis hasil penelitian ini dapat digunakan dalam pengembangan teori, khususnya tingkat kepuasan nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar secara keseluruhan

UNIVERSITAS TERBUKA

## BAB II

### TINJAUAN KEPUSTAKAAN

#### A. KAJIAN TEORI

Berbagai literatur dan hasil penelitian yang menguji pengaruh dari pengetahuan dan keterlibatan pemakai, produk dari sistem informasi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan atas Kualitas pelayanan akan dibahas. Kajian teoritis dan berbagai hasil penelitian tersebut merupakan landasan teoritis bagi pengembangan model dalam kerangka pemikiran hipotesis dan perumusan hipotesis pada penelitian ini.

##### 1. KUALITAS PELAYANAN

Dalam industri jasa, khususnya industri perbankan, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Manajemen harus memahami keseluruhan layanan yang ditawarkan dari sudut pandang nasabah. Pelayanan yang terbentuk dari sudut pandang nasabah dapat memberikan nilai lebih terhadap produk-produk yang ditawarkan. Perusahaan harus mewujudkan kualitas yang sesuai dengan syarat-syarat yang dituntut oleh nasabah. Dengan kata lain, kualitas adalah kiat yang konsisten dan efisien untuk memberikan kepada nasabah apa yang mereka inginkan dan harapkan.

Layanan yang berkualitas telah dirasakan sebagai suatu keharusan dalam industri perbankan. Saat ini sektor perbankan dituntut untuk terus menyesuaikan tuntutan perubahan sesuai keinginan (*need*) dari nasabah (Parasuraman, 1998).

Sedangkan Gronroos (1984), seperti yang dikutip oleh L Suryanto, FX Sugiarto dan Sugiarti (2002), menyatakan bahwa kualitas layanan adalah

fungsi dari apa yang diterima secara aktual oleh pelanggan (kualitas teknis) dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional).

Dengan demikian kepuasan yang dirasakan konsumen merupakan elemen kualitas dari suatu produk atau jasa, dan bukan dari harga produk tersebut. maka secara eksplisit dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen dirasakan setelah konsumen menerima atau menikmati produk tersebut.

Mahmoedin (1992) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu proses untuk mencapai kepuasan nasabah, dalam hal ini proses pemenuhan kebutuhan melalui efektivitas orang lain yang langsung dinamakan pelayanan. Persaingan di dalam industri perbankan menyebabkan setiap bank akan menampilkan layanan yang lebih baik untuk dapat menarik minat calon pelanggan maupun pelanggan yang telah ada, sehingga kualitas layanan merupakan faktor vital dalam menciptakan *Superior Value* untuk pelanggan. Terciptanya *Superior value* bagi pelanggan merupakan batu loncatan bagi perubahan untuk mendapatkan keunggulan bersaing (Menon, Jaworski dan Kohli, 1997).

Kualitas layanan yang baik yang mampu menciptakan kepuasan nasabah dapat dijadikan sarana untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Hal tersebut ditunjukkan dalam penelitian Zeithaml (dalam Chang & Chen, 1998) dimana dalam penelitian tersebut peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen seperti loyalitas terhadap produk perusahaan sebagai bagian dari rasa puas serta adanya kemauan untuk membayar lebih dan keengganan untuk berpindah

ke produk lain. Dengan demikian, berarti kualitas pelayanan membuat perusahaan pada kinerja yang lebih baik.

Hasil peneliti Chang & Chen (1998) yang meneliti dampak orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dalam konteks perusahaan. Jasa juga ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai keterkaitan erat dengan peningkatan keunggulan bersaing.

Menurut Martin (1990) kualitas layanan adalah “ *the ability to consistently meet and internal customer needs, wants, and expectation involving producer and personal encounters* “ (p.6), yang artinya suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Disini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas layanan yang baik.

Menurut Soetjipto (1997) menyatakan tentang kualitas pelayanan (*Service quality*) adalah

“*kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.*”

Sedangkan menurut Sipahutar ( 2000 ) :

“*Kualitas Pelayanan yang merupakan strategi untuk pemuasan kebutuhan nasabah bank, harus diimbangi oleh atribut yang unggul dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah . ekspektasi nasabah terhadap pelayanan berhubungan erat dengan gaya hidup dan perkembangan teknologi perbankan sehingga atribut produk dan jasa merupakan salah satu arena pemuas bagi kebutuhan nasabah*”

Saladin (1996) menyatakan ada beberapa peningkatan kualitas pelayanan jasa bank , yaitu :

1. Komunikasi disampaikan dengan jelas, dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah
2. Kompetensi, artinya karyawan harus memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan
3. Kesopanan, karyawan bank harus bersikap ramah, penuh hormat dan penuh perhatian
4. Kredibilitas, karyawan dan perusahaan harus bisa dipercaya dan memahami apa yang diinginkan oleh nasabah
5. Reliabilitas, pelayanan harus dilaksanakan dengan konsisten dan cermat
6. Cepat tanggap, karyawan harus memberikan tanggapan dengan cepat dan kreatif atas permintaan dan masalah nasabah

Menurut Tjiptiono (2002), bahwa pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan pelayanan pelanggan yang unggul yaitu :

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan termasuk didalamnya memahami sifat –sifat pelanggan
2. Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing, mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan

3. Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam kerangka strategik, kerangka ini diwujudkan dalam pengembangan *relationship marketing*.

Menurut Zeithaml, Berry, dan A. Parasuraman, (1996) dimensi kualitas jasa dilihat dari sudut pandang pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Dapat di sentuh (*tangible*), yaitu bukti fisik dari suatu jasa dapat berupa fasilitas fisik, interior/eksterior, peralatan yang digunakan, material komunikasi, penampilan karyawan, dan lingkungan sekitarnya.
2. Keterandalan (*reliability*), yaitu menyangkut kemampuan untuk dapat menyajikan jasa secara akurat dan meyakinkan. Sehingga penyedia jasa dapat dikatakan memenuhi janjinya dan dapat dipercaya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dan kesiapan karyawan untuk membantu pelanggan dan menyampaikan jasa dengan segera.
4. Kompeten (*Competence*), yaitu ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh setiap karyawan untuk dapat menyajikan jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
5. Ramah (*Courtesy*), yaitu sikap sopan santun, keramahan, hormat, dan perhatian terhadap pelanggan yang dimiliki karyawan penyaji jasa.
6. Kredibilitas (*Credibility*), yaitu sifat jujur, dapat dipercaya, karakteristik pribadi karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan yang mencerminkan reputasi dan nama baik perusahaan.
7. Aman (*Security*), yaitu masalah aman dari resiko, bahaya, atau keraguan, termasuk keamanan secara fisik (*physical safety*), keuangan (*financial security*), maupun kerahasiaan (*confidentiality*).

8. Terjangkau (*Acces*), menyangkut kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berhubungan dengan lokasi dan saluran komunikasi.
9. Komunikasi (*Communication*), artinya menjaga agar pelanggan selalu diberikan informasi dalam bahasa yang dipahami oleh pelanggan, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan dengan baik.
10. Memahami Pelanggan (*Understanding The Costumer*), yaitu melakukan segala upaya agar bisa memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik.

Perkembangan terakhir ditemukan bahwa sepuluh dimensi kualitas tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi kualitas jasa yaitu : keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*), empaty (*empathy*), berwujud (*tangibility*) (Zeithaml, 1996:118).

1. keterandalan (*reliability*), yaitu menyajikan jasa sesuai dengan janji serta akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu ketersediaan para karyawan untuk membantu pelanggan dan menyajikan jasa dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan serta sopan santun karyawan dalam menyajikan jasa, aman dari bahaya, resiko, keraguan, serta memiliki sifat dapat dipercaya.
4. Empathy, meliputi kemudahan dalam berinteraksi, komunikasi yang baik, memberikan perhatian secara pribadi serta memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. Berwujud (*tangible*) , bukti secara fisik yaitu bukti yang ditunjukkan oleh fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, penampilan para karyawan penyaji jasa material dan sarana komunikasi

## 2. KEPUASAN PELANGGAN

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perhatian dan orientasi pada kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama, hal ini tercermin dengan semakin banyaknya komitmen terhadap kepuasan pelanggan baik yang disampaikan melalui pariwisata atau humas

Menurut Kotler (1997), bahwa kepuasan pelanggan (nasabah) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, ada 4 (empat) metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan , yaitu :

1. Sistem Keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) akan memberikan kesempatan yang sebesar – besarnya bagi pelanggan untuk menyampaikan pendapat , saran dan keluhan pelanggan , media yang bisa digunakan adalah kotak saran.

2. Survei kepuasan pelanggan

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak dilakukan dengan menggunakan metode survey baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Metode ini menggunakan berbagai cara antara lain :

- *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan pada skala : puas, tidak puas, netral, sangat tidak puas, sangat puas.

- *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

- *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu pertama masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan , kedua saran – saran untuk melakukan perbaikan.

- *Importance – performance analysis*

Dalam teknik ini , responden diminta meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut, juga diminta meranking kinerja perusahaan.

### 3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan memperkerjakan beberapa orang untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, cara ini dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing

### 4. *Lost Customer analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi pelanggan yang telah berhenti atau beralih ke perusahaan lain yang sejenis, dan berusaha mencari tahu apa penyebab kepindahan pelanggan tersebut

Terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat pada bank antara lain :

- ✓ Hubungan antara bank dengan nasabah menjadi harmonis
- ✓ Terciptanya loyalitas pelanggan sehingga transaksi berulang kembali
- ✓ Memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut ke mulut

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) atau sering disebut juga dengan *Total Customer atisfaction* menurut Barkelay dan Saylor (1994:82) merupakan fokus dari proses *Costomer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting, karena pelanggan menghadapi pertumbuhan jumlah pilihan akan barang atau jasa yang semakin banyak. Kepuasan konsumen merupakan modal dasar untuk membentuk loyalitas yang bisa dijadikan sebagai salah satu senjata untuk menaikan keunggulan bersaing suatu perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Pada mulanya konsep kepuasan dapat didefinisikan sebagai kepuasan yang terjadi setelah pertimbangan evaluasi pilihan yang memperhatikan pada keputusan pembelian (Churchill dan Sauprenant, 1992, dalam Smith and Wright, 2004).

Rusdarti (2004) berpendapat bahwa kepuasan konsumen hanya akan terjadi apabila terdapat gap antara harapan konsumen terhadap kualitas dan nilai pelayanan (*expected service*) dengan kualitas dan nilai pelayanan yang diterima (*perceived service*). Sedangkan Kotler (2000) berpendapat bahwa kepuasan oleh perasaan kesenangan atau kekecewaan adalah dari hasil membandingkan perfoma produk yang diterima dalam hubungannya dengan perkiraannya Zeithaml (dalam Chang & Chen 1998) menunjukkan bahwa

kualitas pelayanan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen seperti, kepuasan terhadap produk perusahaan, kemauan untuk membayar lebih, serta keengganan untuk berpindah ke produk lain.

Berdasarkan teori kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Theory*), keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sangat dekat. Kotler (2000, hal. 197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah fungsi kedekatan antara harapan konsumen terhadap produk dan kualitas produk yang diterima konsumen. Selain faktor harapan, tingkat kepuasan konsumen juga ditentukan oleh elemen yang lain yaitu kualitas layanan. Dalam sektor perbankan, kepuasan nasabah diperoleh dari pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan.

Variabel ini didasarkan pada penilaian kepuasan terhadap layanan secara keseluruhan, kepuasan dikaitkan dengan bisnis perbankan secara umum, serta perbandingan antara pengharapan dan kenyataan .

Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu:

- Harapan (expectation)
- Kinerja (perceived performance)
  - Bila Harapan > Kinerja = nasabah tidak puas
  - Bila Kinerja > Harapan = nasabah puas
  - Jadi Kepuasan Pelanggan = gabungan antara harapan dan kinerja

Definisi kepuasan pelanggan menurut Brown (1992) adalah “ *The state in which customer needs want and expection throughout the product or servcive’s life are met or exceeded resulting in repeat purchase , loyalty and*

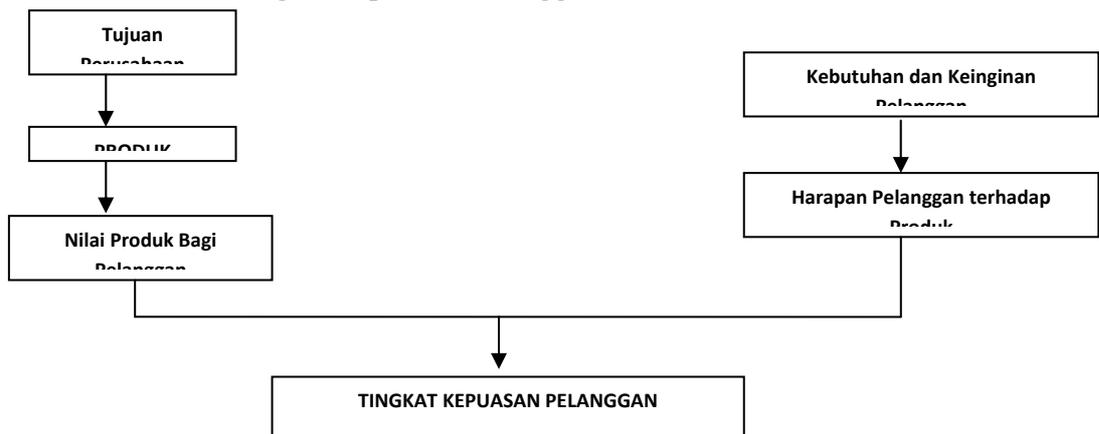
*favourable word of mouth*” ( p.251). Definisi ini mengandung arti bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk atau jasa. Konsumen yang puas akan terus menggunakan jasa/ produk secara terus menerus, mendorong konsumen loyal terhadap barang/ jasa dan dengan senang hati akan mempromosikan dari mulut ke mulut.

Sedangkan Well dan Prentsky (1996) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai “*customer satisfaction in the attitude toward a product or service that result from customer’s evaluation of the usage experience*”. Definisi ini berarti bahwa kepuasan atau ketidak puasan merupakan suatu sikap konsumen terhadap produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting, karena pelanggan menghadapi pertumbuhan jumlah alternatif pilihan yang semakin bervariasi, terutama dengan semakin banyaknya jumlah bank yang menawarkan produk jasa yang serupa. Harapan pelanggan merupakan suatu perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa.

Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah ia mengkonsumsi produk apa yang dia beli, hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. Tingkat kepuasan Pelanggan



Sumber : Tjiptono,1997

### 3. BANK

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-undang No. 10 Tahun 1998 adalah :

- Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.
- Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan /atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

- Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Evolusi bank berawal dari awal tulisan, dan berlanjut sampai sekarang dimana bank sebagai institusi keuangan yang menyediakan jasa keuangan. Sekarang ini bank adalah institusi yang memegang lisensi bank. Lisensi bank diberikan oleh atasan bagian keuangan yang memberikan hak untuk melakukan jasa perbankan dasar, seperti menerima tabungan dan memberikan pinjaman.

Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara Indonesia. Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan. *Pertama*, sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Untuk ini, bank menyediakan uang tunai, tabungan, dan kartu kredit. Ini adalah peran bank yang paling penting dalam kehidupan ekonomi. Tanpa adanya penyedia alat pembayaran yang efisien ini, maka barang hanya dapat diperdagangkan dengan cara *barter* yang memakan waktu. *Kedua*, dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana, berarti bank meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Bila peran ini berjalan dengan baik, ekonomi suatu negara akan meningkat. Tanpa adanya arus dana, uang hanya berdiam di saku seseorang, orang tidak dapat memperoleh pinjaman dan bisnis tidak dapat dibangun karena tidak memiliki dana pinjaman. Dengan adanya jasa bank, maka pihak nasabah mendapat kemudahan dalam melakukan segala

transaksi yang berhubungan dengan keuangan, dan dapat terlindung dari segala bentuk ketidakadilan lintas darat yang di dalam memberikan pinjaman kepada nasabah seperti praktek bank-bank gelap yang memberi pinjaman dengan bunga tinggi.

Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama bank sebagai penghimpun dan pengatur dana masyarakat yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional dalam peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Menurut Djumhana (1999), di dalam sistem hukum Indonesia, segala bentuk praktek perbankan haruslah berdasarkan pada prinsip-prinsip yang terkandung di dalam Ideologi Negara Indonesia yakni Pancasila dan tujuan Negara Indonesia dalam UUD 1945. Kekhususan ini dapat dilihat dalam kehidupan perbankan Indonesia, diantaranya adalah :

1. Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama bank sebagai penghimpun dan pengatur dana masyarakat yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional dalam peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.
2. Perbankan Indonesia sebagai sarana pembangunan nasional, juga guna mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, pelaksanaan perbankan Indonesia harus banyak

memperhatikan keselarasan, kesinambungan dan unsur-unsur Trilogi Pembangunan.

3. Perbankan Indonesia dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya senantiasa bergerak cepat guna menghadapi tantangan-tantangan yang semakin luas dalam perkembangan perekonomian nasional maupun internasional.

Menurut Hasibuan mengatakan memberikan definisi "*Bank is a company which accept credit, but didn't give credit*" (bank adalah badan usaha yang menerima kredit tetapi tidak memberikan kredit). Teori Pierson ini menyatakan bahwa bank dalam operasionalnya bersifat pasif saja, yaitu hanya menerima titipan uang saja.

Menurut Stuart dalam buku Hasibuan mengatakan : *Bank is a company who satisfied other people by giving a credit with the money they accept as a gamble to the other, eventhough they should supply the new money.* Bank adalah badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterimanya dari orang lain, sekalipun dengan jalan mengeluarkan uang baru kertas atau logam. Jadi bank dalam hal ini telah melakukan operasi pasif dan aktif, yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus spending unit – SSU*) dan menyalurkan kredit kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit spending unit – DSU*).

Menurut Ajuha(1994) : *Bank provided means by which capital is transferred those who cannot use it profitabel to those who use it productively for the society as whole. Bank provided which channel to invest without any*

*risk and at a good rate of interest.* (Bank menyalurkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya lebih produktif untuk keuntungan masyarakat. Bank juga berarti saluran untuk menginvestasikan tabungan secara aman dan dengan tingkat bunga yang menarik.

Menurut Hasibuan (2005) Bank umum adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan penyalur kredit, pelaksana lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter, serta dinamisator pertumbuhan perekonomian.

Bank adalah lembaga keuangan berarti bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (*Financialo asset*) serta bermotifkan profit dan juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.

Bank adalah pencipta uang dimaksudkan bahwa bank menciptakan uang giral dan mengedarkan uang kartal. Pencipta dan pengedar uang kartal (uang kertas dan logam) merupakan otoritas tunggal bank sentral (Bank Indonesia), sedangkan uang giral dapat diciptakan bank umum.

Bank adalah pengumpul dana dan penyalur kredit berarti bank dalam operasinya mengumpulkan dana kepada SSU dan menyalurkan kredit kepada DSU. Bank selaku pelaksana lalu lintas pembayaran (LLP) berarti bank menjadi pelaksana penyelesaian pembayaran transaksi komersial atau finansial dari pembayar ke penerima. Lalu lintas pembayaran diartikan sebagai proses penyelesaian transaksi komersial dan/atau finansial dari pembayar kepada penerima melalui media bank. LLP ini sangat penting untuk mendorong

kemajuan perdagangan dan globalisasi perekonomian, karena pembayaran transaksi aman, praktis, dan ekonomis.

Bank selaku stabilisator moneter diartikan bahwa bank mempunyai kewajiban ikut serta menstabilkan nilai tukar uang, nilai kurs, atau harga barang-barang relatif stabil atau tetap, baik secara langsung maupun melalui mekanisme Giro Wajib Minimum (GWM) Bank, Operasi Pasar Terbuka, ataupun kebijakan diskonto.

Sedangkan bank sebagai dinamisator perekonomian maksudnya bahwa bank merupakan pusat perekonomian, sumber dana, pelaksana lalu lintas pembayaran, memproduksi tabungan, dana pendorong kemajuan perdagangan nasional dan internasional. Tanpa peranan perbankan, tidak mungkin dilakukan globalisasi perekonomian.

Menurut Khasmir (2003), bank diartikan sebagai “ lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat serta member jasa – jasa bank dalam bentuk lainnya “

Menurut Saladin (1996) sebagai badan usaha bank memiliki fungsi yaitu :

- Menciptakan uang giral
- Memberikan pelayanan penyimpanan
- Memberikan jasa – jasa pembayaran
- Menghimpun tabungan dan menanamkannya

Secara ringkas fungsi bank sebagai tempat perantara keuangan dapat dilihat dalam gambar berikut Ini :



**Gambar 3. Fungsi Bank**

Arus perputaran uang yang ada di Bank dari masyarakat kembali ke masyarakat, dimana perantara dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nasabah ( masyarakat ) yang kelebihan dana menyimpan uangnya di bank dalam bentuk simpanan Giro, tabungan dan deposito. Bagi bank dana yang disimpan masyarakat adalah sama artinya dengan membeli dana. Dalam hal ini nasabah sebagai penyimpan dana dan bank sebagai penerima titipan simpanan.
2. Nasabah penyimpanan akan memperoleh balas jasa dari bank berupa bunga. besar bunga tergantung dari besar kecilnya dana yang disimpan dan faktor lainnya.
3. Kemudian oleh bank dana yang disimpan oleh nasabah di bank yang bersangkutan akan disalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit
4. Bagi masyarakat yang memperoleh kredit, diwajibkan untuk mengembalikan pinjaman serta bunga yang telah ditetapkan sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan bank.

Bank memperoleh keuntungan dari selisih bunga yang diberikan kepada penyimpanan (bunga simpanan) dengan bunga yang diterima dari peminjam (bunga kredit) keuntungan ini disebut dengan istilah *Spread Based*.

Disamping itu keuntungan juga diperoleh dari kegiatan jasa bank lainnya, seperti biaya kirim, biaya tagih, biaya administrasi, biaya provisi, komisi, biaya iuran, biaya sewa, dan lain – lain.

#### 4. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain dilakukan oleh :

1. Sipahutar (2000) mengkaji pengaruh kualitas jasa features Taplus bank BNI terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI cabang Bandung. Kualitas jasa ditentukan dalam dimensi keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*). Taplus terdiri dari ATM, *online, phoneplus, interest, dan prize*. Sample dalam penelitian ini sebanyak 106 nasabah bank BNI Cabang Bandung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian Sipahutar menunjukkan bahwa : (1) kualitas jasa dan features Taplus secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah; (2) tingkat kepuasan minimal terhadap kualitas jasa dan features adalah 47,5% dan tingkat kepuasan maksimal adalah 89,00%; (3) tingkat kepuasan paling rendah terdapat pada variable berwujud (*tangible*) 70,62% sedangkan tingkat kepuasan paling tinggi terdapat pada *prize* dengan rata-rata 83,21%.

2. Penelitian tentang pengukuran terhadap konsumen telah dilakukan oleh Budiarto Subroto dan Dolly Sunjaya Hasyim (1994) dan ITB pada perusahaan penerbangan domestic "X" menggunakan *exploratory design* menganalisa empat faktor (*Empaty, Releability, tansibility dan security*) dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dilaporkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah *Empaty, reliability , tansibility dan security*. Penilaian pelanggan terhadap seluruh dimensi waktu pelayanan dan kepuasan berkisar antara 4,0 sampai dengan 4,5 atau pelayanan yang disajikan oleh penerbangan tersebut telah memenuhi persyaratan pelanggan dan pelanggan beranggapan bahwa pelayanan tersebut setara dengan pelayanan perusahaan penerbangan lainnya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh M. Afifuddin (2000), yang meneliti tentang adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. (Persero) Angkasa Pura 1 di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang, dimana didapat suatu kesimpulan yaitu nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) ada sebesar 0,48 artinya variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan sebesar 48%. Dengan demikian kualitas pelayanan bukan merupakan variabel utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga dipengaruhi faktor-faktor lainnya. Didapat juga hubungan langsung yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan rata-rata mengatakan 77% mengatakan puas, dengan urutan kualitas pelayanan adalah *responsiveness* (85%), berwujud (*tangible*)

(80%), keterandalan ( *reliability* ) (80%), Jaminan ( *assurance* ) (78%), empaty (73%).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nurmaidah Ginting (2008) di BRI cabang Putri Hijau Medan, ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keterandalan ( *reliability* ), daya tanggap ( *Responsiveness* ), *Empaty* ( *emphaty* ), jaminan ( *assurance* ), dan berwujud ( *tangible* ), secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat signifikan dimana semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Secara parsial dimensi keterandalan ( *reliability* ) tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan ke-empat variabel lainnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Persamaan dari penelitian ini dengan ke empat penelitian sebelumnya adalah sama-sama mencari faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Mencermati hasil 4 penelitian diatas jelas bahwa penelitian penulis yang mengangkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar berbeda.

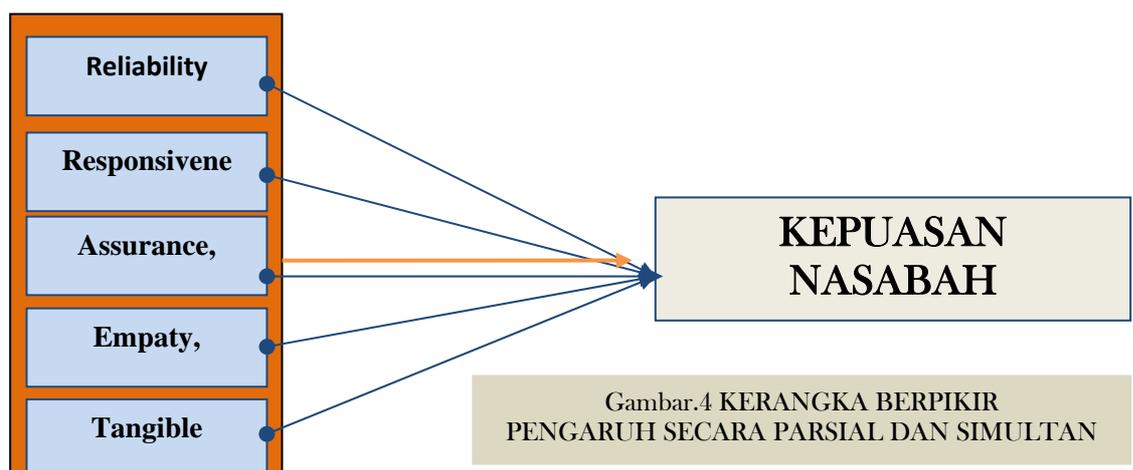
Setiap lembaga mempunyai sistem pelayanan yang berbeda-beda dalam upaya untuk memuaskan nasabahnya. Begitu juga dengan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Sehingga bisa dikatakan kepuasan nasabah/pelanggan tidak hanya ditentukan dari bentuk pelayanan yang sama, tetapi sistem yang berbeda akan menghasilkan kepuasan yang berbeda pula. Inilah yang membedakan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penekanan pada perbedaan tempat penelitian.

## B. KERANGKA BERPIKIR

Sekarang dalam bukunya *Business Research* ( 2003 ) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan variabel yang akan diteliti, sehingga perlu dijelaskan hubungan antara variabel independent dan dependent.

Kualitas layanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan, untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, bank harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas. Kepuasan nasabah dapat tercipta karena perasaan/emosi nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan pihak bank. Dengan kata lain pelayanan dikatakan berkualitas apabila bank dapat memenuhi apa yang diinginkan nasabah, serta pihak bank mampu memberikan harapan pada nasabah atas kualitas barang dan jasa yang dihasilkan pihak bank. Kepuasan nasabah yang tercipta dapat memberikan nilai lebih bagi pihak bank, dimana kualitas pelayanan itu baik atau tidak dapat diukur dari tingkat kepuasan nasabah terhadap barang dan jasa yang nasabah terima. Berikut ini kerangka pemikiran berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang menjadi bahan penelitian ini.



## HIPOTESIS

Dalam penelitian ini, digunakan hipoteses asosiatif dimana hipotesis ini merupakan dugaan tentang adanya hubungan antara variabel dalam populasi yang akan diuji melalui hubungan antara variabel dalam sampel yang diambil dari populasi tersebut, maka akan digunakan teknik statistik korelasi product moment, kaitan dengan penelitian yang dilakukan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- Diduga dimensi kualitas pelayanan yaitu keterandalan (*reliability*) ,daya tanggap (*Responsiveness*), Empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan pada nasabah PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar.

## C. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

### Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau atribut dari suatu obyek (subyek) penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, yang memiliki nilai (*value*), dimana nilainya bervariasi antara subyek yang satu dengan yang lainnya.

## Klasifikasi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu ;

### 1. Variabel Bebas (*variabel independent*)

Adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variabel dependent* (variabel terikat).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *reliability* (keterandalan/X1), *Responsivene* (cepat tanggap/X2), *Empaty* (empati/X3), *assurance* (jaminan/X4), dan *tangible* (berwujud/X5)

### 2. Variabel terikat (*variabel dependent*)

Adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah Kepuasan Nasabah (Y)

## Definisi Operasional Variabel

Dalam rangka menghindari luasnya tinjauan atas variabel-variabel penelitian yang saling berhubungan maka perlu diberikan definisi operasional atas variabel-variabel yang akan digunakan lebih lanjut. Untuk ukuran indikator masing-masing dengan menggunakan skala likert (1-5).

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

**Reliability (Keterandalan) –  $X_1$** 

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan tepat kepada nasabahnya serta sesuai dengan pelayanan yang dijanjikan. Dimensi Keterandalan ( reliability ) dapat dilihat dari ketepatan melaksanakan janji, dapat dipercaya, dan akurasi dalam pencatatan dokumen, dimana variabel ini diukur dengan empat indikator ,yaitu:

1. Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan
2. Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu
3. Bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan
4. Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari 10 menit

**Daya tanggap (Responsiveness) –  $X_2$** 

Yaitu kemampuan pihak bank untuk berusaha memberikan bantuan kepada nasabah dan memenuhi pelayanan yang tepat. dimana variabel ini diukur dengan tiga indikator ,yaitu:

1. Nasabah tidak pernah dibiarkan menunggu lebih dari 3 kali dering telepon untuk pelayanan
2. Karyawan bank tidak menunjukkan kesan sibuk pada saat nasabah datang
3. Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah

**Jaminan ( assurance ) -  $X_3$** 

Yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan yang harus dimiliki oleh karyawan bank dan kemampuan mereka dalam menawarkan kepercayaan diri kepada nasabah. dimana variabel ini diukur dengan empat indikator ,yaitu:

1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi melalui mesin ATM
2. Karyawan Bank selalu bersikap professional, ramah dan tersenyum
3. Nasabah bank merasa aman melakukan transaksi dengan pihak Bank
4. Karyawan bank memiliki pengetahuan yang memadai dalam melayani nasabah

#### **Empathy (Empati) – X<sub>4</sub>**

Yaitu kemampuan pihak bank untuk memberikan perhatian secara individu. dimana variabel ini diukur dengan lima indikator ,yaitu:

1. Bank selalu memberi informasi tentang produk dan pelayanannya
2. Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah
3. Dalam memberi pelayanan , karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah
4. Nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan bank
5. Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman

#### **Berwujud ( tangible )-X<sub>5</sub>**

Yaitu keberadaan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan alat-alat pendukung yang berujud dari bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. dimana variabel ini diukur dengan empat indikator ,yaitu:

1. Jenis formulir tersedia , dan nasabah tidak kesulitan dalam mengisinya
2. Karyawan bank memiliki penampilan yang rapi dan professional
3. Ruang tunggu bank bersih, nyaman dan dan ditunjang peralatan modern
4. ATM selalu dalam keadaan siap 24 jam

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan ( Kottler,1997 ), indikator kepuasan nasabah yang digunakan adalah :

1. Kelancaran melakukan transaksi dengan biaya terjangkau
2. Jaminan pengetahuan dan kemampuan karyawan bank
3. Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah
4. Sarana dan prasarana yang disediakan pihak bank

Indikator – indikator pada variabel Kepuasan nasabah diukur berdasarkan tanggapan responden terhadap pernyataan – pernyataan dalam kuisioner yang direspon berdasarkan rentang skala 1 – 5 ( 5 = sangat setuju sekali, 1 = sangat tidak setuju ), makin tinggi skala yang dinilai , makin tinggi persepsi nasabah akan nilai dari dimensi kualitas pelayanan.

Secara ringkas operasional variabel untuk Kepuasan Nasabah dapat dilihat dari tabel ini.

VARIABEL	DIMENSI	ITEM INSTRUMEN ( INDIKATOR )	SKALA PENGUKURAN
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan nasabah ( Y )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelancaran melakukan transaksi dengan biaya terjangkau</li> <li>2. Jaminan pengetahuan dan kemampuan karyawan bank</li> <li>3. Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah</li> <li>4. Sarana dan prasarana yang disediakan pihak bank</li> </ol>	SKALA LIKERT

Secara ringkas operasional variabel kualitas pelayanan dapat dilihat dari tabel ini

VARIABEL	DIMENSI	ITEM INSTRUMEN ( INDIKATOR )	SKALA PENGUKURAN
KUALITAS PELAYANAN	Reliability (Keterandalan) – X1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan</li> <li>2. Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu</li> <li>3. Bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan</li> <li>4. Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari 10 menit</li> </ol>	SKALA LIKERT
	Responsiveness (Cepat Tanggap) – X2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nasabah tidak pernah dibiarkan menunggu lebih dari 3 kali dering telepon untuk pelayanan</li> <li>2. Karyawan bank tidak menunjukkan kesan sibuk pada saat nasabah datang</li> <li>3. Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah</li> </ol>	SKALA LIKERT
	assurance (Jaminan) – X3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi melalui mesin ATM</li> <li>2. Karyawan Bank selalu bersikap profesional, ramah dan tersenyum</li> <li>3. Nasabah bank merasa aman melakukan transaksi dengan pihak Bank</li> <li>4. Karyawan bank memiliki pengetahuan yang memadai dalam melayani nasabah</li> </ol>	SKALA LIKERT
	Empaty (Empati) – X4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank selalu membeber informasi tentang produk dan pelayanannya</li> <li>2. Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah</li> <li>3. Dalam memberi pelayanan , karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah</li> <li>4. Nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan bank</li> <li>5. Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman</li> </ol>	SKALA LIKERT
	Tangibels (Bukti langsung) – X5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis formulir tersedia , dan nasabah tidak kesulitan dalam mengisinya</li> <li>2. Karyawan bank memiliki penampilan yang rapi dan profesional</li> <li>3. Ruang tunggu bank bersih, nyaman dan dan ditunjang peralatan modern</li> <li>4. ATM selalu dalam keadaan siap 24 jam</li> </ol>	SKALA LIKERT

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. DESAIN PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif menggunakan sistem survey. Dimana data yang dikumpulkan adalah kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar

#### **LOKASI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar dengan pertimbangan: PT. Bank NTB merupakan salah satu bank Pemerintah dengan jumlah nasabah yang cukup besar, dimana mayoritas nasabah adalah pegawai negeri sipil, selain itu PT. Bank NTB merupakan Bank yang memiliki kerjasama langsung dengan pemerintah Kabupaten Sumbawa

#### **B. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN**

##### **Populasi**

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya (Kuncoro, 2001:22). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah nasabah tabungan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar, sampai akhir tahun 2009 adalah berjumlah 12.554 orang.

## Sampel

Menurut Sugiyono (1999,p.91) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus benar-benar representative (mewakil). Jumlah sample yang ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikembangkan Issac dan Michael dalam Sugiyono (1999) sebagai berikut :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

dimana

- s = ukuran sample
- $\lambda^2$  = taraf kesalah 5 % ( z = 1,645 )
- P = 0,5
- Q = 0,5
- d = 0,05

$$S = \frac{(1,645)^2 \times 12.554 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (12.554 - 1) + (1,645)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$S = \frac{8.492}{32,06}$$

Sehingga diperoleh sebanyak 265 sample

Metode pengambilan sampel dinamakan sampling. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Masri S dan S Effendi (1989), *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel yang bersifat tidak acak, di mana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-

pertimbangan tertentu, antara lain pekerjaan, pendidikan,Usia yang bervariasi  
*Purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank PT. Bank NTB yang memiliki tabungan di PT. Bank NTB.

## C. INSTRUMEN PENELITIAN

### a. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel adalah dengan menggunakan Skala Likert, Menurut Sugiyono (2006:80) Skala Likert adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Selain itu alasan digunakan skala likert karena memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe dalam J. Supranto (1997) yang lain yaitu selain relatif mudah, menurut skala likert juga tercermin dalam keragaman skor (*variability of score*) sebagai akibat penggunaan skala antara 1 sampai dengan 5. Dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tercermin dalam daftar pertanyaan, memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan yang mereka terima, lebih mendekati kenyataan yang sebenarnya.

Berdasarkan pandangan statistik, skala dengan lima tingkatan (dari 1 sampai dengan 5) lebih tinggi keandalannya dari skala dengan dua tingkatan yaitu ya atau tidak. Pengukuran tingkat pelayanan terhadap kepuasan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar berdasarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert di atas maka akan diketahui tingkat kepuasan nasabah terhadap PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar.

Kepuasan nasabah menentukan adanya *gap* antara harapan nasabah dan tingkat layanan yang diterima, apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima maka nasabah tidak puas dan apabila harapan sama/lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima maka nasabah akan puas

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala lima alternatif pilihan (skala likert). Variabel kualitas pelayanan jasa diberikan penilaian sebagai berikut:

1: sangat tidak setuju

2: tidak setuju

3: netral

4: setuju

5: sangat setuju

Untuk penentuan penilaiannya akan dibuat nilai batas penilaian, dimana ambang batas atas dikurangi ambang batas bawah dibagi total skala likertnya, dengan hasil sebagai berikut :

1	-	1,8	= Sangat tidak setuju
1.8	-	2.6	= Tidak setuju
2.6	-	3.4	= Netral
3.4	-	4.2	= Setuju
4.2	-	5	=Sangat setuju

## b. Pengujian Instrumen

### Uji Validitas dan Reabilitas

- Uji Validitas

Secara umum uji validitas adalah untuk melihat apakah item pertanyaan yang dipergunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur. Terdapat berbagai macam konsep tentang validitas, dan di sini hanya akan dibahas validitas yang jamak dipergunakan dalam berbagai penelitian ekonomi. Suatu item pertanyaan dalam suatu kuesioner dipergunakan untuk mengukur suatu konstruk (variabel) yang akan diteliti.

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009:49). Menurut Sugiyono (2010:348) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (untuk mengukur) valid. Sedangkan menurut Cooper dan Schindler (2006:16) menyebutkan validitas merupakan tingkat sebuah pengujian mengukur apa yang benar-benar ingin diukur. Pengukur yang akurat dan konsisten serta dapat diandalkan (reliabel) belum tentu mengukur dengan tepat tujuan yang diinginkan (valid).

Menurut Ghozali (2009:49) mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan Menurut Ghiseli, John, dan Sheldon (1981) validitas (*validity*) menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (lihat Jogiyanto, 2008:36). Uji signifikansi dilakukan dengan

membandingkan nilai r-hitung dengan r-Tabel untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Selanjutnya untuk menguji apakah masing-masing butir pertanyaan valid atau tidak ditentukan oleh nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Bila nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r Tabel atau nilai kritis koefisien korelasinya dengan df = n-2, di mana n adalah jumlah responden, maka berarti memenuhi persyaratan validitas. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Corrected Item-Total Correlation* adalah :

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

Keterangan :

r = koefisien Korelasi Pearson validitas

x= Skor tanggapan responden setiap pertanyaan

y= Skor total tanggapan responden seluruh pertanyaan

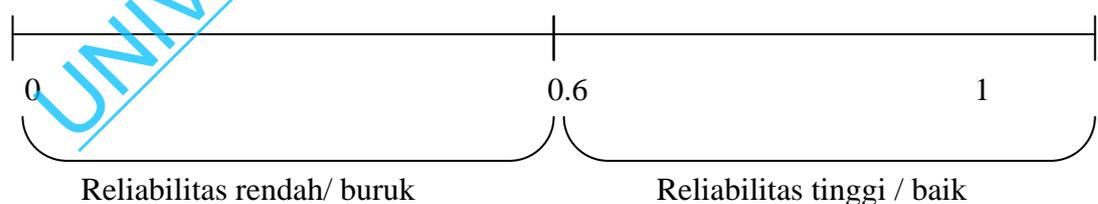
n= Banyaknya subyek jumlah responden

Nilai *Corrected Item-Total Correlation* merupakan statistik hasil korelasi (r-hitung). Jadi, bila r-hitung lebih besar daripada r-Tabel (r-hitung > r-Tabel), maka butir pertanyaan dinyatakan valid dan demikian sebaliknya, Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for Windows.

- **Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas adalah untuk melihat apakah rangkaian kuesioner yang dipergunakan untuk mengukur suatu konstruk tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Sekaran (2006:40) menyatakan bahwa reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Sedangkan menurut Jogiyanto (2008:36) menyatakan bahwa reliabilitas suatu pengukur menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurnya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurately*) dan konsistensi dari pengukurnya.

Nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item angket yang valid. Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas. Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh  $>0,60$  (Imam Ghozali, 2002). Interpretasi reliabilitas bisa juga menggunakan pertimbangan gambar di bawah ini



Ghozali (2009:45) menyatakan suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan Uji statistik *Cronbach Alfa* ( $\alpha$ ). Menurut Ghozali (2009) bahwa

suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60)

Rumus dari uji cronba alfa adalah :

$$r = \frac{(k)}{(k - 1)} \frac{(1 - \sum \sigma b^2)}{\sigma t^2}$$

Keterangan :

**r** = Kofisien reliabilitas instrumen cronba alpha

**k** = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = totalnya varian butir

$\sigma t^2$  = total varians

Sama halnya dengan uji validitas, uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for Windows.

#### D. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA

- **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil analisa dari kuesioner yang dibagikan, serta data hasil wawancara dengan pihak Bank NTB

- **Sumber Data**

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis dan sumber data, yaitu :

1. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2006). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan yang dapat dilihat pada

dokumentasi perusahaan, buku referensi dan informasi lain yang ada hubungannya dengan penelitian

## 2. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2006). Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu tentang pendapat nasabah terhadap kualitas pelayanan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar

### **Tehnik Pengumpulan Data**

Kualitas data hasil penelitian dipengaruhi oleh dua hal yaitu kualitas instrument penelitian dan kualitas tehnik pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrument, sedangkan kualitas tehnik pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Pengumpulan data akan dilakukan melalui cara :

1. Pengamatan (*Observation*) yaitu melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian dengan tujuan agar dapat melihat secara langsung aktivitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabah dan sikap yang diperlihatkan para nasabah pada saat penerimaan pelayanan dari pihak Bank
2. Wawancara (*Interview*) terhadap nasabah PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar yang menjadi sampel . wawancara yang dilakukan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu

3. Daftar pertanyaan ( kuesioner ), yaitu dengan memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden tentang tanggapannya terhadap kualitas pelayanan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Bentuk pertanyaan merupakan kombinasi pilihan berganda yang berpedoman dengan skala likert. Penyusunan kuesioner penelitian ini mengacu dan memodifikasi kuesioner yang dikembangkan oleh Nurmaidah Ginting (2006)
4. Dokumentasi merupakan laporan tahunan dari PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar

## E. METODE ANALISIS DATA

### 1. ANALISIS KUANTITATIF

#### a. ANALISIS UJI ASUMSI KLASIK

- Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk mendeteksi multikolinearitas menggunakan metode Variance Inflation Faktor ( VIF) dan Tolerance (TOL), multikolinearitas dapat dirumuskan:

$$VIF = (b_i^*) = \frac{1}{(1 - R_j^2)}$$

$R^2$  = Koefisien Determinasi

VIF merupakan variance inflation faktor. Ketika  $R_j^2$  mendekati satu atau dengan kata lain ada kolinearitas antar variabel independen maka VIF akan naik dan jika  $R_j^2 = 1$  maka nilainya tidak terhingga. Jika nilai VIF semakin membesar maka diduga ada multikolinearitas antar variabel independen. Pada nilai VIF berapa dikatakan ada multikolinearitas. Sebagai aturan main (rule of thumb) jika nilai VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada multikolinearitas karena nilai  $R_j^2$  melebihi dari 0,90.<sup>3</sup> Masalah multikolinearitas juga bisa dideteksi dengan melihat nilai tolerance. Nilai tolerance (TOL) bisa dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TOL = (1 - R_j^2) = \frac{1}{VIF_j}$$

Jika  $R_j^2 = 0$  berarti tidak ada kolinearitas antara variabel independen maka nilai TOL sama dengan 1 dan sebaliknya jika  $R_j^2 = 1$  ada kolinearitas variabel independen maka nilai TOL sama dengan nol. Dengan demikian nilai TOL semakin mendekati 0 maka diduga ada multikolinearitas dan sebaliknya nilai TOL semakin mendekati 1 maka diduga tidak ada multikolinearitas, (Agus Widarjono;2010;81-82)

- **Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji *one-Sampel kolmogorov\_Smimov Test*, dimana uji ini didasarkan pada fungsi distribusi empiris (empirical Distribution Function = ECDF). Nilai statistik uji ini dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut ;

$$D = \max_{1 \leq i \leq N} (F(y_i) - i/N)$$

Dimana :

$n(i)$  = jumlah nilai kurang dari  $Y_i$

$Y_i$  = order dari nilai terkecil sampai terbesar

- **Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Penyimpangan Heteroskedastisitas menurut Algifari (1997:85) artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearman, langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heteroskedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman adalah sebagai berikut formula :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(rs)^2}}$$

Dengan df sebesar  $n-2$  dan  $n > 8$

Jika nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai kritis Tabel  $t$ , maka kita bisa menyimpulkan bahwa regresi mengandung masalah Heteroskedastisitas dan sebaliknya maka tidak ada Heteroskedastisitas

## b. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Teknik estimasi regresi disini menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS), dimana hasil estimasi regresi akan dianalisis melalui beberapa uji yaitu melihat seberapa baik garis regresi dengan konsep koefisien determinasi, uji  $t$  dan uji  $F$ . Data yang masuk akan dianalisis dan diuji dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda. Analisis regresi berganda (anareg) digunakan untuk memprediksi nilai dari suatu variabel ( $Y$ ). Variabel yang diprediksi itu disebut variabel dependen atau kriterium dan variabel yang digunakan untuk memprediksi disebut variabel independent atau preditor. Dalam penelitian ini, sebagai variabel tak bebas adalah kepuasan nasabah sedangkan sebagai variabel bebas adalah daya tanggap (reliability), daya tanggap (Responsiveness), empathy, jaminan (assurance), dan berwujud (tangible). Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

$Y$  : kepuasan nasabah

$X_1$  : Keterandalan (reliability)

$X_2$  : Daya tanggap (Responsiveness)

$X_3$  : empathy

$X_4$  : jaminan (assurance)

- $X_5$  : berwujud ( tangible )
- $a$  : konstanta
- $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  : koefisien regresi
- $\varepsilon$  : faktor error

Metode Ols dibangun menggunakan beberapa asumsi, antara lain :

- Hubungan antara X (variabel independen) dan Y (variabel dependen) adalah linier dalam parameter
- Nilai X tetap (*non-stochastic*) untuk observasi yang berulang-ulang.
- Nilai harapan (*expected value*) atau rata-rata dari variabel gangguan  $\varepsilon_i$  adalah nol
- Variansi dari variabel gangguan  $\varepsilon_i$  adalah sama (Homoskedastisitas)
- Variabel gangguan  $\varepsilon_i$  bersifat independent yaitu tidak ada otokorelasi
- Variabel gangguan  $\varepsilon_i$  terdistribusi secara normal
- Tiap X memiliki kaitan ( korelasi ) yang tinggi dengan Y
- Antar X tidak memiliki korelasi yang tinggi ( signifikan ) atau disebut tidak terdapat multikolinearitas

### c. PENGUJIAN HIPOTESIS

Setelah mendapatkan hasil regresi, langkah yang harus diambil adalah melakukan evaluasi hasil regresi untuk mengetahui seberapa baik hasil regresi. Evaluasi hasil regresi meliputi :

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen.  $R^2$  mampu memberikan

informasi mengenai variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan (Algifari, 1997:51). Koefisien determinasi menurut Agus Widarjono (2010;21) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{R}^2 = 1 - \frac{(\sum e_i^2)/(n - k)}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2/(n - 1)}$$

Dimana :

k = jumlah parameter estimasi

n = jumlah observasi

Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati angka satu (1) berarti terdapat hubungan yang kuat (Djarwanto dan Pangestu S., 1993:324).

## 2. Uji parsial ( Uji t )

Uji parsial ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor dimensi kualitas pelayanan keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) dengan kepuasan nasabah secara individual.

Menurut Djarwanto dan Pangestu S. (1993:191) langkah-langkah untuk uji parsial adalah sebagai berikut:

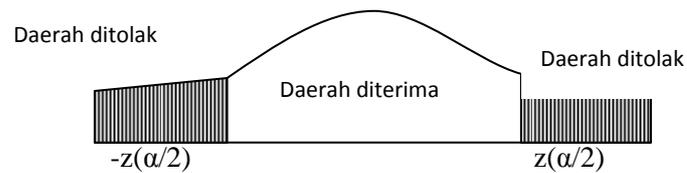
1. Menentukan hipotesa nihil dan hipotesa alternatif

$H_0 : \beta = 0$ : Secara individu signifikan dimensi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

$H_a : \beta \neq 0$ : Secara individu signifikan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2. Level of signifikan  $\alpha = 5\%$

### 3. Kriteria pengujian (role of test)



$H_0$  diterima apabila  $-z(\alpha/2) \leq z \leq z(\alpha/2)$

### 3. Uji secara Simultan ( Uji F )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi kualitas pelayanan keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) dengan kepuasan nasabah secara bersamaan.

Menurut Djarwanto dan Pangestu S. (1993:268) langkah-langkah untuk uji F adalah sebagai berikut.

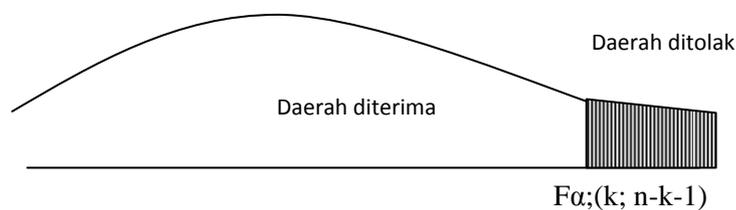
1). Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternative

$H_0 : \beta = 0$  : Secara signifikan dimensi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

$H_a : \beta \neq 0$  : Secara signifikan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2). Level of signifikan  $\alpha = 5\%$

3). Kriteria pengujian (role of test)



$H_0$  diterima apabila  $F \text{ hitung} \leq F \text{ Tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ Tabel}$

4. Perhitungan nilai F

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

Keterangan:

F Hitung = Nilai F hitung

n = jumlah observasi

k = jumlah parameter

$R^2$  = Koefisien determinasi

JK (Residu) = jumlah kuadrat residu

5). Kesimpulan

Dengan membandingkan F hitung dengan F Tabel dapat diketahui

hubungan dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

UNIVERSITAS TERBUKA

## BAB IV

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### A. TEMUAN

##### 1. RESPONDEN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, untuk membuktikan kebenaran hipotesis dari penelitian, telah dilakukan penelitian terhadap nasabah di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar. Gambaran dari sampel ini dapat dilihat dari Tabel dibawah ini

##### a) Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel.4. Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	141	54,2
Perempuan	119	45,8
Total	260	100.0

Sumber : Lampiran 1

Dari tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah nasabah laki-laki dan perempuan hampir sama, dengan rincian antara lain jenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 54,2 persen dan jenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 45,8 persen, komposisi ini menunjukkan keadaan sebenarnya dilapangan, dimana jumlah nasabah laki-laki lebih besar dibandingkan dengan jumlah nasabah perempuan.

##### b) Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Pengelompokan usia harus dapat mencakup usia tertinggi dan usia terendah. Responden yang paling muda berusia 20 tahun, sedangkan

responden yang paling tua berusia 66 tahun. Berikutnya karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel. 5. Karakteristik Usia

Kisaran usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20-30	81	31,2
31-40	90	34,6
41-50	51	19,6
51 Tahun keatas	38	14,6
Jumlah	260	100

Sumber : Lampiran 1

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penabung yang paling banyak adalah nasabah dengan kisaran usia 31 – 40 tahun sebesar 34,6 persen, dimana pada usia ini menunjukkan usia yang sangat produktif , diikuti nasabah dengan kisaran usia 20-30 tahun sebesar 31,2 persen, dalam hal ini nasabah yang paling sedikit adalah kisaran usia antara 51 tahun keatas sebesar 14,6 persen.

c) Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 6. Karakteristik Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA	124	47,7
D1	3	1,2
D2	4	1,5
D3	15	5,8
S1	107	41,2
S2	7	2,7
Jumlah	260	100

Sumber : Lampiran 2

Dari tabel 4 diatas, dapat dilihat bahawa jumlah nasabah dengan pendidikan setara SMA mencapai persentase yang paling besar yaitu 47,7 persen, diikuti dengan persentase nasabah berpendidikan S1 sebesar 41,2 persen.

## d) Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 7. Karakteristik Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS	130	50
Swasta	117	45
Mahasiswa	13	5
Jumlah	260	100

Sumber : Lampiran 1

Dari Tabel 7 , dapat dilihat mayoritas penabung di PT. Bank NTB cabang Sumbawa adalah PNS sebesar 50 persen, diikuti penabung dari pihak swasta sebesar 45 persen, sedangkan mahasiswa sebesar 5 persen, hal ini menunjukkan kurangnya kesadaran menabung dari kalangan mahasiswa.

## 2. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

### UJI VALIDITAS

Nilai *Corrected Item-Total Correlation* merupakan statistik hasil korelasi ( $r$ -hitung). Jadi, bila  $r$ -hitung lebih besar daripada  $r$ -Tabel ( $r$ -hitung >  $r$ -Tabel), maka butir pertanyaan dinyatakan valid dan demikian sebaliknya, Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for Windows.

- Uji validitas untuk variabel **Keterandalan terhadap pelayanan bank** (*Daya tanggap ( reliability )* ) – X1

Terdapat empat butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel Keterandalan pada pelayanan bank ( X1) ini adalah sebagai berikut.

- Tabel 8. Hasil uji Validitas untuk variabel Keterandalan pada pelayanan bank (*reliability*) – X1

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
REA.1	0.571	0.138	Valid
REA.2	0.661	0.138	Valid
REA.3	0.488	0.138	Valid
REA.4	0.548	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 2

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Keterandalan terhadap pelayanan bank (X1) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data (n) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r_{hitung} > r_{Tabel}$ ), sehingga semua butir pertanyaan tentang Keterandalan terhadap pelayanan bank dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 2 dengan koefisien korelasi 0,661, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 3 yaitu 0,488.

- Uji validitas untuk variabel **Daya tanggap (Responsiveness)** – X2

Terdapat tiga butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel Daya tanggap (Responsiveness) (X2) ini adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil uji Validitas untuk variabel daya tanggap  
(responsiveness-X2)

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Res. 1	0.271	0.138	Valid
Res. 2	0.572	0.138	Valid
Res. 3	0.463	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Daya tanggap (Responsiveness) (X2) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data (n) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r$  hitung >  $r$  Tabel), sehingga semua butir pertanyaan tentang Daya tanggap (Responsiveness) dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 2 dengan koefisien korelasi 0,572, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 1 yaitu 0,271.

➤ Uji validitas untuk variabel **Jaminan (assurance) – X3**

Terdapat empat butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel **Jaminan (assurance) (X3)** ini adalah sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil uji Validitas untuk variabel Jaminan ( assurance-X3)

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Ass. 1	0.545	0.138	Valid
Ass.2	0.648	0.138	Valid
Ass.3	0.716	0.138	Valid
Ass.4	0.586	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 4

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Jaminan ( assurance ) (X3) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data ( $n$ ) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r_{hitung} > r_{Tabel}$ ), sehingga semua butir pertanyaan tentang Jaminan ( assurance ) dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 3 dengan koefisien korelasi 0,716, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 1 yaitu 0,545.

➤ Uji validitas untuk variabel **Empaty ( empathy ) – X4**

Terdapat lima butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel **Jaminan ( assurance ) ( X4 )** ini adalah sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil uji Validitas untuk variabel empathy (Empathy –X4)

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Emp. 1	0.579	0.138	Valid
Emp.2	0.545	0.138	Valid
Emp.3	0.611	0.138	Valid
Emp.4	0.603	0.138	Valid
Emp.5	0.465	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 5

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Empaty ( empathy ) (X4) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data (n) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r_{hitung} > r_{Tabel}$ ), sehingga semua butir pertanyaan tentang Empaty ( empathy ) dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 3 dengan koefisien korelasi 0,611, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 5 yaitu 0,464.

➤ Uji validitas untuk variabel Berwujud ( tangible ) – X5

Terdapat empat butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel **Berwujud ( tangible )** ( X5) ini adalah sebagai berikut.

Tabel 11. Hasil uji Validitas untuk variabel Berwujud ( tangible-X5)

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Tan.1	0.616	0.138	Valid
Tan.2	0.517	0.138	Valid
Tan.3	0.435	0.138	Valid
Tan.4	0.355	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 6

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Berwujud ( tangible ) (X5) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data (n) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r_{hitung} > r_{Tabel}$ ), sehingga semua butir pertanyaan tentang Berwujud ( tangible ) dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 1 dengan koefisien korelasi 0,616, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 4 yaitu 0,355.

➤ Uji validitas untuk variabel Kepuasan Nasabah – Y

Terdapat empat butir pertanyaan pada faktor ini. Rangkuman uji validitas untuk variabel **Kepuasan nasabah** ( Y ) ini adalah sebagai berikut.

Tabel 12. Hasil uji Validitas untuk variabel kepuasan nasabah -Y

Item Pertanyaan	$r_{pq}$	$r_{tabel}$	Keterangan
KN.1	0.552	0.138	Valid
KN.2	0.545	0.138	Valid
KN.3	0.645	0.138	Valid
KN.4	0.626	0.138	Valid

Sumber : Lampiran 7

Dari Tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada faktor variabel Kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid. Pengambilan kesimpulan ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{pq}$  dengan nilai  $r_{Tabel}$ . Dengan jumlah data (n) sebanyak 260 responden dan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5 persen atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r_{Tabel}$  sebesar 0,138. Korelasi antara ke lima butir pertanyaan dengan skor total kesemuanya lebih besar dari  $r = 0,138$  ( $r$  hitung  $>$   $r$  Tabel), sehingga semua butir pertanyaan tentang Kepuasan nasabah dinyatakan valid. Butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas tertinggi adalah pertanyaan nomor 3 dengan koefisien korelasi 0,645, sedangkan butir pertanyaan yang mempunyai tingkat validitas paling rendah adalah butir pertanyaan nomor 2 yaitu 0,545.

## UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas dilakukan untuk tiap-tiap variabel, sehingga dalam penelitian ini terdapat enam variabel yang dilakukan uji reliabilitas. Nunnally (Ghozali 2006:46) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih

besar dari 0,60. Bila hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, berarti jawaban responden pada seluruh item (variabel) adalah reliabel, sehingga dapat dimasukkan ke dalam model analisis selanjutnya.

Faktor	Koefisien Alpha	Keterangan
Keterandalan ( reliability ) / X1 )	0,761	Reliabel
Daya tanggap (Responsiveness) /X2)	0,616	Reliabel
Jaminan ( assurance ) / X3)	0.804	Reliabel
Empati ( emphaty ) / X4)	0,782	Reliabel
Berwujud ( tangible ) /X5)	0,774	Reliabel
Kepuasan nasabah ( Y )	0,781	Reliabel

Sumber: lampiran 2 s/d lampiran 6

Dari Tabel 3.8 menunjukkan bahwa kuesioner yang terdiri dari variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), *Empaty* (*emphaty*), *jaminan* (*assurance*), dan *berwujud* (*tangible*) dan kepuasan nasabah semuanya reliabel karena memiliki koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian kuesioner yang digunakan memenuhi kelayakan instrumen penelitian.

## B. PEMBAHASAN

### a. DESKRIPTIF HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel dependent yaitu kepuasan nasabah (Y), dan lima variabel Independent yaitu keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), *Empaty* (*emphaty*), *jaminan* (*assurance*), dan *berwujud* (*tangible*), Untuk mengetahui penilaian responden terhadap masing-

masing item, maka semua jawaban dari responden akan dideskriptifkan, kemudian dicari dengan cara membagi total skor dengan jumlah responden.

Kemudian rata-rata skor akan diberi penilaian dengan ketentuan sebagai berikut :

1	-	1,8	= Sangat tidak setuju
1.8	-	2.6	= Tidak setuju
2.6	-	3.4	= netral
3.4	-	4.2	= Setuju
4.2	-	5	=Sangat setuju

Berikut hasil jawaban dari masing-masing responden tersebut

**a. Deskripsi Variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank (X1)**

Pada variabel ini terdiri dari empat pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Keterandalan terhadap Pelayanan bank (*reliability*) nomer 1

**Tabel 13. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank (*reliability*) ) pertanyaan 1**

Kategori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	12.00	4.62	12.00
Tidak puas	2.00	32.00	12.31	64.00
Netral	3.00	120.00	46.15	360.00
Puas	4.00	88.00	33.85	352.00
sangat puas	5.00	8.00	3.08	40.00
Total	15.00	260.00	100.00	828.00
rata-rata item		3.18		

Sumber : Lampiran 8

Dari Tabel 13 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan” adalah 12 orang menyatakan sangat tidak puas, 32 orang menyatakan tidak puas, 120 orang menyatakan biasa, 88 orang menyatakan puas, 8 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.18, hal ini menunjukan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Keterandalan terhadap Pelayanan bank (*Reliability*) Nomer 2

**Tabel 14. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank (*reliability*) ) pertanyaan 2**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	9.00	3.46	9.00
Tidak puas	2.00	52.00	20.00	104.00
Netral	3.00	126.00	48.46	378.00
Puas	4.00	65.00	25.00	260.00
sangat puas	5.00	8.00	3.08	40.00
Total	15.00	260.00	100.00	791.00
rata-rata item		3.04		

Sumber : Lampiran 8

Dari Tabel 14 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu” yaitu 9 orang menyatakan sangat tidak puas, 52 orang menyatakan tidak puas, 126 orang menyatakan biasa, 65 orang menyatakan puas, 8 orang menyatakan sangat

puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.04, hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Keterandalan terhadap Pelayanan bank (*Reliability*) Nomer 3

**Tabel 15. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank (*reliability*) pertanyaan 3**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	6.00	2.30	6.00
Tidak puas	2.00	50.00	19.20	100.00
Netral	3.00	123.00	47.30	369.00
Puas	4.00	74.00	28.50	296.00
sangat puas	5.00	7.00	2.70	35.00
Total	15.00	260.00	100.00	806.00
rata-rata item		3.10		

Sumber : Lampiran 8

Dari Tabel 15 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan” yaitu 6 orang menyatakan sangat tidak puas, 50 orang menyatakan tidak puas, 123 orang menyatakan biasa, 74 orang menyatakan puas, 7 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.10, hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Keterandalan terhadap Pelayanan bank (*Reliability*) Nomer 4

**Tabel 16. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Keterandalan terhadap Pelayanan Bank (*reliability*) ) pertanyaan 4**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	46.00	17.70	46.00
Tidak puas	2.00	94.00	36.15	188.00
Netral	3.00	77.00	29.61	231.00
Puas	4.00	34.00	13.08	136.00
sangat puas	5.00	9.00	3.46	45.00
Total	15.00	260.00	100.00	646.00
rata-rata item		2.48		

Sumber : Lampiran 8

Dari Tabel 16 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan "Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari 10 menit" yaitu 46 orang menyatakan sangat tidak puas, 94 orang menyatakan tidak puas, 77 orang menyatakan biasa, 34 orang menyatakan puas, 9 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 2.48, hal ini menunjukkan responden merasa tidak puas terhadap pernyataan item ini. Hal ini dapat dilihat dari panjangnya antrian terutama pada awal bulan atau pada saat menjelang akhir tahun.

**b. Deskripsi Variabel Daya tanggap (Responsiveness) ( X2 )**

Pada variabel ini terdiri dari tiga pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Daya tanggap (Responsiveness) di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel daya tanggap  
( *Responsiveness* ) Nomer 1

**Tabel 17. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (Responsiveness) 1**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	21.00	8.10	21.00
Tidak puas	2.00	52.00	20.00	104.00
Netral	3.00	125.00	48.10	375.00
Puas	4.00	57.00	21.90	228.00
sangat puas	5.00	5.00	1.90	25.00
Total	15.00	260.00	100.00	753.00
rata-rata item		2.90		

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 17 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Nasabah tidak pernah dibiarkan menunggu lebih dari 3 kali dering telpon untuk pelayanan ” yaitu 21 orang menyatakan sangat tidak puas, 52 orang menyatakan tidak puas, 125 orang menyatakan biasa, 57 orang menyatakan puas,5orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 2.90, hal ini menunjukkan responden merasa tidak puas terhadap pernyataan item ini. Hal ini dapat dilihat dari pengakuan nasabah yang merasa lama sekali baru diangkat telpon mereka oleh petugas bank.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel daya tanggap (*Responsiveness*) Nomer 2

**Tabel 18. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (*Responsiveness*) 2**

Kategori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	7.00	2.69	7.00
Tidak puas	2.00	36.00	13.85	72.00
Netral	3.00	130.00	50.00	390.00
Puas	4.00	75.00	28.85	300.00
sangat puas	5.00	12.00	4.61	60.00
Total	15.00	260.00	100.00	829.00
rata-rata item		3.19		

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 18 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Karyawan bank tidak menunjukkan kesan sibuk pada saat nasabah datang ” yaitu 7 orang menyatakan sangat tidak puas, 36 orang menyatakan tidak puas, 130 orang menyatakan biasa, 75 orang menyatakan puas, 12 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.19, hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel daya tanggap  
( *Responsiveness* ) Nomer 3

**Tabel 19. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Daya tanggap (Responsiveness) 3**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	2.00	0.77	2.00
Tidak puas	2.00	13.00	5.00	26.00
Netral	3.00	113.00	43.46	339.00
Puas	4.00	103.00	39.62	412.00
sangat puas	5.00	29.00	11.15	145.00
Total	15.00	260.00	100.00	924.00
rata-rata item		3.55		

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 19 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah ” yaitu 2 orang menyatakan sangat tidak puas, 13 orang menyatakan tidak puas, 113 orang menyatakan biasa, 103 orang menyatakan puas, 29 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.55, hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

**c. Deskripsi Variabel Jaminan ( assurance ) ( X3 )**

Pada varibel ini terdiri dari empat pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Jaminan ( assurance ) di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Jaminan (*Assurances*)

Nomer 1

**Tabel 20. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan (assurance) 1**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	3.00	1.20	3.00
Tidak puas	2.00	17.00	6.50	34.00
Netral	3.00	83.00	31.90	249.00
Puas	4.00	117.00	45.00	468.00
sangat puas	5.00	40.00	15.40	200.00
Total	15.00	260.00	100.00	954.00
rata-rata item		3.67		

Sumber : Lampiran 10

Dari Tabel 20 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “nasabah merasa aman melakukan transaksi melalui mesin ATM ” yaitu 3 orang menyatakan sangat tidak puas, 17 orang menyatakan tidak puas, 83 orang menyatakan biasa, 117 orang menyatakan puas, 40 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.67, hal ini menunjukan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Jaminan (*Assurances*)

Nomer 2

**Tabel 21. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan (assurance) 2**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	4.00	1.54	4.00
Tidak puas	2.00	18.00	6.92	36.00
Netral	3.00	95.00	36.54	285.00
Puas	4.00	96.00	36.90	384.00
sangat puas	5.00	47.00	18.10	235.00
Total	15.00	260.00	100.00	944.00
rata-rata item		3.63		

Sumber : Lampiran 10

Dari Tabel 21 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Karyawan bank selalu bersikap professional, ramah, dan tersenyum ” yaitu 4 orang menyatakan sangat tidak puas, 18 orang menyatakan tidak puas, 95orang menyatakan biasa, 96 orang menyatakan puas, 47orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.63 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Jaminan (*Assurances*)

Nomer 3

**Tabel 22. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan (assurance) 3**

Kategori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00			-
Tidak puas	2.00	11.00	4.23	22.00
Netral	3.00	100.00	38.46	300.00
Puas	4.00	112.00	43.08	448.00
sangat puas	5.00	37.00	14.23	185.00
Total	15.00	260.00	100.00	955.00
rata-rata item		3.67		

Sumber : Lampiran 10

Dari Tabel 22 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Karvawan bank selalu bersikap professional, ramah, dan tersenyum ” yaitu tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas, 11 orang menyatakan tidak puas, 100 orang menyatakan biasa,112 orang menyatakan puas, 37orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.67 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Jaminan (*Assurances*)

Nomer 4

**Tabel 23. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Jaminan (assurance) 4**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	1.00	0.38	1.00
Tidak puas	2.00	9.00	3.46	18.00
Netral	3.00	102.00	39.23	306.00
Puas	4.00	110.00	42.31	440.00
sangat puas	5.00	38.00	14.62	190.00
Total	15.00	260.00	100.00	955.00
rata-rata item		3.67		

Sumber : Lampiran 10

Dari Tabel 23 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Karyawan bank selalu bersikap professional, ramah, dan tersenyum ” yaitu 1 orang menyatakan sangat tidak puas, 9 orang menyatakan tidak puas, 102 orang menyatakan biasa, 110 orang menyatakan puas, 38 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.67 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

**d. Deskripsi Variabel Empaty (emphaty) (X4)**

Pada varibel ini terdiri dari lima pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Empaty (emphaty) di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel empathy ( *emphaty* )

Nomer 1

**Tabel 24. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( *emphaty* ) 1**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	7.00	2.69	7.00
Tidak puas	2.00	26.00	10.00	52.00
Netral	3.00	108.00	41.54	324.00
Puas	4.00	96.00	36.92	384.00
sangat puas	5.00	23.00	8.85	115.00
Total	15.00	260.00	100.00	882.00
rata-rata item		3.39		

Sumber : Lampiran 11

Dari Tabel 24 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Bank selalu memberi informasi tentang produk dan pelayanannya yaitu 7 orang menyatakan sangat tidak puas, 26 orang menyatakan tidak puas, 108 orang menyatakan biasa, 96 orang menyatakan puas, 23 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.39 hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel empathy ( *emphaty* )

Nomer 2

**Tabel 25. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( *emphaty* ) 2**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	3.00	1.15	3.00
Tidak puas	2.00	36.00	13.85	72.00
Netral	3.00	117.00	45.00	351.00
Puas	4.00	89.00	34.23	356.00
sangat puas	5.00	15.00	5.77	75.00
Total	15.00	260.00	100.00	857.00
rata-rata item		3.30		

Sumber : Lampiran 11

Dari Tabel 25 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah“ yaitu 3 orang menyatakan sangat tidak puas, 36 orang menyatakan tidak puas, 117 orang menyatakan biasa, 89 orang menyatakan puas, 15 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.30 hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel empathy ( *emphaty* )

Nomer 3

**Tabel 26 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( *emphaty* ) 3**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	1.00	0.38	1.00
Tidak puas	2.00	31.00	11.92	62.00
Netral	3.00	109.00	41.92	327.00
Puas	4.00	89.00	34.23	356.00
sangat puas	5.00	30.00	11.54	150.00
Total	15.00	260.00	100.00	896.00
rata-rata item		3.45		

Sumber : Lampiran 11

Dari Tabel 26 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Dalam memberikan pelayanan karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah” yaitu 1 orang menyatakan sangat tidak puas, 31 orang menyatakan tidak puas, 109 orang menyatakan biasa, 89 orang menyatakan puas, 30 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.45 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel empathy ( *emphaty* )

Nomer 4

**Tabel 27 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( *emphaty* ) 4**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	6.00	2.31	6.00
Tidak puas	2.00	27.00	10.38	54.00
Netral	3.00	130.00	50.00	390.00
Puas	4.00	75.00	28.85	300.00
sangat puas	5.00	22.00	8.46	110.00
Total	15.00	260.00	100.00	860.00
rata-rata item		3.31		

Sumber : Lampiran 11

Dari Tabel 27 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan bank“ yaitu 6 orang menyatakan sangat tidak puas, 27 orang menyatakan tidak puas, 130 orang menyatakan biasa, 75 orang menyatakan puas, 22 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.31 hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel empathy ( *emphaty* )

Nomer 5

**Tabel 28. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Empaty ( *emphaty* ) 5**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	4.00	1.54	4.00
Tidak puas	2.00	32.00	12.31	64.00
Netral	3.00	78.00	30.00	234.00
Puas	4.00	105.00	40.38	420.00
sangat puas	5.00	41.00	15.77	205.00
Total	15.00	260.00	100.00	927.00
rata-rata item		3.57		

Sumber : Lampiran 11

Dari Tabel 28 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Dalam memberikan pelayanan karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah” yaitu 4 orang menyatakan sangat tidak puas, 32 orang menyatakan tidak puas, 78 orang menyatakan biasa, 105 orang menyatakan puas, 41 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.57 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

**e. Deskripsi Variabel Berwujud ( tangible ) ( X5 )**

Pada variabel ini terdiri dari empat pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Berwujud ( tangible ) di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel berwujud ( tangible )

Nomer 1

**Tabel 29. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud ( tangible ) 1**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	3.00	1.15 s	3.00
Tidak puas	2.00	11.00	4.23	22.00
Netral	3.00	99.00	38.08	297.00
Puas	4.00	105.00	40.38	420.00
sangat puas	5.00	42.00	16.15	210.00
Total	15.00	260.00	100.00	952.00
rata-rata item		3.66		

Sumber: Lampiran 12

Dari Tabel 29 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Jenis formulir tersedia, dan nasabah tidak kesulitan dalam mengisinya“ yaitu 3orang menyatakan sangat tidak puas, 11 orang menyatakan tidak puas, 99 orang menyatakan biasa, 105 orang menyatakan puas, 42orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.66 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel berwujud ( *tangible* )

Nomer 2

**Tabel 30 Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud ( *tangible* ) 2**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00		-	-
Tidak puas	2.00	10.00	3.85	20.00
Netral	3.00	77.00	29.62	231.00
Puas	4.00	121.00	46.54	484.00
sangat puas	5.00	52.00	20.00	260.00
Total	15.00	260.00	100.00	995.00
rata-rata item		3.83		

Sumber : Lampiran 12

Dari Tabel 30 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Karyawan bank memiliki penampilan yang rapid an profesional“ yaitu tiddak responden menyatakan sangat tidak puas, 10 orang menyatakan tidak puas, 77 orang menyatakan biasa, 121 orang menyatakan puas, 52 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.83 hal ini menunjukan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel berwujud ( *tangible* )

Nomer 3

**Tabel 31. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud ( *tangible* ) 3**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	6.00	2.31	6.00
Tidak puas	2.00	12.00	4.62	24.00
Netral	3.00	97.00	37.31	291.00
Puas	4.00	113.00	43.46	452.00
sangat puas	5.00	32.00	12.31	160.00
Total	15.00	260.00	100.00	933.00
rata-rata item		3.59		

Sumber : Lampiran 12

Dari Tabel 31 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ruang tunggu bank bersih, nyaman dan ditunjang peralatan modern“ yaitu 6 orang menyatakan sangat tidak puas, 12 orang menyatakan tidak puas, 97 orang menyatakan biasa, 113 orang menyatakan puas, 32 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.59 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel berwujud ( *tangible* )

Nomer 4

**Tabel 32. Tanggapan nasabah terhadap Dimensi variabel Berwujud ( *tangible* ) 4**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	7.00	2.69	7.00
Tidak puas	2.00	21.00	8.08	42.00
Netral	3.00	95.00	36.54	285.00
Puas	4.00	86.00	33.08	344.00
sangat puas	5.00	51.00	19.62	255.00
Total	15.00	260.00	100.00	933.00
rata-rata item		3.59		

Sumber : Lampiran 12

Dari Tabel 32 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “ruang tunggu bank bersih, nyaman dan ditunjang peralatan modern“ yaitu 7 orang menyatakan sangat tidak puas, 21 orang menyatakan tidak puas, 95 orang menyatakan biasa, 86 orang menyatakan puas, 51 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.59 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

**f. Deskripsi Variabel Kepuasan nasabah ( Y )**

Pada variabel Kepuasan nasabah di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Dari penyebaran kuesioner kepada 260 nasabah, didapat hasil sebagai berikut :

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Kepuasan nasabah Nomer 1

**Tabel 33. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 1**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	3.00	1.15	3.00
Tidak puas	2.00	19.00	7.31	38.00
Netral	3.00	140.00	53.85	420.00
Puas	4.00	84.00	32.31	336.00
sangat puas	5.00	14.00	5.38	70.00
Total	15.00	260.00	100.00	867.00
rata-rata item		3.33		

Sumber : Lampiran 13

Dari Tabel 33 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Kelancaran melakukan transaksi dengan biaya murah“ yaitu 3 orang menyatakan sangat tidak puas, 19 orang menyatakan tidak puas, 140 orang menyatakan biasa, 84orang menyatakan puas, 14 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.33 hal ini menunjukan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Kepuasan nasabah

Nomer 2

**Tabel 34. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 2**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00		-	-
Tidak puas	2.00	10.00	3.85	20.00
Netral	3.00	118.00	45.38	354.00
Puas	4.00	114.00	43.85	456.00
sangat puas	5.00	18.00	6.92	90.00
Total	15.00	260.00	100.00	920.00
rata-rata item		3.54		

Sumber : Lampiran 13

Dari Tabel 34 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Jumlah pengetahuan dan kemampuan karyawan bank“ yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak puas, 10 orang menyatakan tidak puas, 118 orang menyatakan biasa, 114 orang menyatakan puas, 18 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.54 hal ini menunjukkan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Kepuasan nasabah  
Nomer 3

**Tabel 35. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 3**

S	Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
	sangat tidak puas	1.00		-	-
	Tidak puas	2.00	28.00	10.77	56.00
	Netral	3.00	127.00	48.85	381.00
	Puas	4.00	88.00	33.85	352.00
	sangat puas	5.00	17.00	6.54	85.00
	Total	15.00	260.00	100.00	874.00
	rata-rata item		3.36		

: Lampiran 13

Dari Tabel 35 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah “ yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak puas, 28 orang menyatakan tidak puas, 127 orang menyatakan biasa, 88 orang menyatakan puas, 17 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.36 hal ini menunjukkan responden merasa biasa terhadap pernyataan item ini.

Tanggapan nasabah terhadap Pertanyaan variabel Kepuasan nasabah

Nomer 4

**Tabel 36. Tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah 4**

Katagori	Skor N	Frekuensi F	Persentase (%)	F x N Total Skor
sangat tidak puas	1.00	1.00	0.38	1.00
Tidak puas	2.00	18.00	6.92	36.00
Netral	3.00	130.00	50.00	390.00
Puas	4.00	88.00	33.85	352.00
sangat puas	5.00	23.00	8.85	115.00
Total	15.00	260.00	100.00	894.00
rata-rata item		3.44		

Sumber : Lampiran 13

Dari Tabel 36 diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap pernyataan “Sarana dan prasarana yang disediakan bank“ yaitu 1 orang menyatakan sangat tidak puas, 18 orang menyatakan tidak puas, 130 orang menyatakan biasa, 88 orang menyatakan puas, 23 orang menyatakan sangat puas. Berdasarkan hasil rata-rata didapat nilai 3.44 hal ini menunjukan responden merasa puas terhadap pernyataan item ini.

## b. UJI ASUMSI KLASIK

- Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan bahwa diantara variabel independen tidak terjadi korelasi yang kuat atau terjadi masalah multikolinearitas. Hasil nilai *tolerance* dan VIF masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 37. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	reliability (keterandalan)	0.660	1.516
	Responsiveness (daya tanggap)	0.573	1.746
	Jaminan (assurance)	0.458	2.182
	Empaty (emphaty)	0.466	2.146
	Berwujud (tangible)	0.534	1.873

Dependent variabelnya adalah kepuasan nasabah

Sumber : Lampiran 4

Nilai tolerance dari collinierity statistics dari ke lima variabel kualitas pelayanan tidak ada yang dekat dengan 0 (nol) yaitu terendah 0.458 dan tertinggi 0.66, dengan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) yang nilainya jauh dari nilai 10 yaitu antara 1.516 sampai dengan 2,182; maka dari data yang ada, diduga tidak terjadi masalah multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat pula dilihat dari nilai koefisien korelasi masing-masing variabel, di mana apabila koefisien korelasi mendekati angka 1, maka terjadi masalah multikolinieritas dan sebaliknya bila jauh dari angka 1, maka tidak terjadi multikolinieritas.

- Uji Heterosedaktisitas

Tabel 38. Hasil uji Heteroskedastisitas

✓ Perhitungan untuk dimensi Variabel Keterandalan ( reliability )

Correlations			Unstandardized Residual	Reliability
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.021
		Sig. (2-tailed)		.737
		N	260	260
Reliability		Correlation Coefficient	.021	1.000
		Sig. (2-tailed)	.737	
		N	260	260

Nilai korelasi Spearman sebesar 0.021 dari nilai korelasi ini kemudian kita cari nilai t hitungnya dengan menggunakan formula

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{0.021\sqrt{260-2}}{\sqrt{1-(0.021)^2}} \\
 &= \frac{0.021\sqrt{258}}{\sqrt{1-0.000441}} \\
 &= \frac{1.9694}{0.999779} \\
 &= \frac{0.3373}{1.969835334} \\
 &= 0.171232587
 \end{aligned}$$

sedangkan nilai t kritis dengan  $\alpha = 5$  persen dan  $df = 258$  sebesar  $+ 1.96$  maka nilai t hitung lebih kecil dari t kritis sehingga kita bisa mengatakan tidak ada heterokdesitas. Bila dilihat dari keterangan sig. (2 tail test ) dimana tingkat signifikannya sebesar 0.74 (74 %)

✓ Perhitungan untuk dimensi Variabel Daya tanggap (Responsiveness)

			Unstandardized Residual	Responsive
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.043
		Sig. (2-tailed)		.487
		N	260	260
	Responsive	Correlation Coefficient	.043	1.000
		Sig. (2-tailed)	.487	
		N	260	260

Nilai korelasi Spearman sebesar 0.043 dari nilai korelasi ini kemudian kita cari nilai t hitungnya dengan menggunakan formula

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{0.043\sqrt{260-2}}{\sqrt{1-(0.043)^2}} \\
 &= \frac{0.021\sqrt{258}}{\sqrt{1-0.001849}} \\
 &= \frac{0.6906}{0.999075} \\
 &= 0.691239396
 \end{aligned}$$

sedangkan nilai t kritis dengan  $\alpha = 5$  persen dan  $df = 258$  sebesar + 1.96 maka nilai t hitung lebih kecil dari t kritis sehingga kita bisa mengatakan tidak ada heterokdesitas. Bila dilihat dari keterangan sig. (2 tail test ) dimana tingkat signifikannya sebesar 0.49 (49 %)

✓ Perhitungan untuk dimensi Variabel Jaminan ( assurance )

			Unstandardized Residual	Assurance
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.023
		Sig. (2-tailed)		.717
		N	260	260
	Assurance	Correlation Coefficient	.023	1.000
		Sig. (2-tailed)	.717	
		N	260	260

Nilai korelasi Spearman sebesar 0.023 dari nilai korelasi ini kemudian kita cari nilai t hitungnya dengan menggunakan formula

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{0.023\sqrt{260-2}}{\sqrt{1-(0.023)^2}} \\
 &= \frac{0.023\sqrt{258}}{\sqrt{1-0.000529}} \\
 &= \frac{0.369}{0.999735} \\
 &= 0.369097811
 \end{aligned}$$

sedangkan nilai t kritis dengan  $\alpha = 5$  persen dan  $df = 258$  sebesar + 1.96 maka nilai t hitung lebih kecil dari t kritis sehingga kita bisa mengatakan tidak ada heterokdesitas. Bila dilihat dari keterangan sig. (2 tail test ) dimana tingkat signifikannya sebesar 0.72 (72 %)

✓ Perhitungan untuk dimensi Variabel Empaty ( empathy )

			Unstandardized Residual	Empathy
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	-.017
		Sig. (2-tailed)		.779
		N	260	260
	Empathy	Correlation Coefficient	-.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.779	
		N	260	260

Nilai korelasi Spearman sebesar - 0.017 dari nilai korelasi ini kemudian kita cari nilai t hitungnya dengan menggunakan formula

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{-0.017\sqrt{260 - 2}}{\sqrt{1 - (0.017)^2}} \\
 &= \frac{-0.017\sqrt{258}}{\sqrt{1 - 0.000289}} \\
 &= \frac{-0.2730591}{0.999855} \\
 &= -0.273058699
 \end{aligned}$$

sedangkan nilai t kritis dengan  $\alpha = 5$  persen dan  $df = 258$  sebesar + 1.96 maka nilai t hitung lebih kecil dari t kritis sehingga kita bisa mengatakan tidak ada heterokdesitas. Bila dilihat dari keterangan sig. (2 tail test ) dimana tingkat signifikannya sebesar 0.78 (78%)

✓ Perhitungan untuk dimensi Variabel Berwujud ( tangible )

			Unstandardized Residual	Tangible
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.002
		Sig. (2-tailed)		.976
		N	260	260
Tangible	Tangible	Correlation Coefficient	.002	1.000
		Sig. (2-tailed)	.976	
		N	260	260

Nilai korelasi Spearman sebesar 0.002 dari nilai korelasi ini kemudian kita cari nilai t hitungnya dengan menggunakan formula

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{0.002\sqrt{260} - 2}{\sqrt{1 - (0.002)^2}} \\
 &= \frac{0.002\sqrt{258}}{\sqrt{1 - 0.000004}} \\
 &= \frac{0.03212}{0.9999979} \\
 &= 0.032120067
 \end{aligned}$$

sedangkan nilai t kritis dengan  $\alpha = 5$  persen dan  $df = 258$  sebesar + 1.96 maka nilai t hitung lebih kecil dari t kritis sehingga kita bisa mengatakan tidak ada heterokdesitas. Bila dilihat dari keterangan sig. (2 tail test ) dimana tingkat signifikannya sebesar 0.98 ( 98%)

- **Uji Normalitas**

Salah satu asumsi model regresi adalah residual mempunyai distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji kolmogorov-Smirnov.

Berikut ini merupakan hasil dari uji tersebut.

Tabel 39 hasil Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		260
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39519668
Most Extreme Differences	Absolute	.031
	Positive	.031
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.497
Asymp. Sig. (2-tailed)		.966

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Lampiran 14

Uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*.

Suatu data dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai *asypm Sig* pada test tersebut bernilai  $< 0.06$ . sementara besar Asymp. Sig dari hasil uji kolmogrof – Sminorv adalah sebesar 0.966 sehingga kita bisa menerima hipotesis nol. Artinya kepuasan nasabah terhadap unsur berwujud ( *tangible* ), *empaty* ( *emphaty* ), jaminan ( *assurance* ), keterandalan ( *reliability* ), daya tanggap ( *Responsiveness* ) residualnya didistribusikan secara normal. ( *out put* terlampir), hal ini menunjukkan semua variabel bebas mempunyai nilai yang normal artinya bahwa hasil pengukuran dari seluruh variabel bebas menunjukkan penyebaran frekuensi nilai variabel sesuai dengan kaidah kurva normal.

#### d. HASIL UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA

Dengan menggunakan model analisis regresi berganda diperoleh persamaan regresi yang memprediksi kemampuan variabel bebas keterandalan reliability (keterandalan/X1), daya tanggap (*Responsiveness* /X2), Empaty (*emphaty* /X3), jaminan (*assurance* /X4), dan berwujud (*tangible* /X5), untuk menjelaskan perubahan naik atau turunnya variabel terikat kepuasan nasabah (Y).

Tabel.40 Ringkasan model dan koefisien Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.516	.39907

a. Predictors: (Constant), Berwujud (*tangible*), Daya tanggap (*reliability*), Responsive, Empaty (*emphaty*), Jaminan (*assurance*)

Sumber : Lampiran 15

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.678	.169		4.016	.000
	keterandalan ( <i>reliability</i> )	.050	.045	.060	1.127	.261
	Responsiveness ( <i>daya tanggap</i> )	.100	.052	.110	1.919	.056
	Jaminan ( <i>assurance</i> )	.190	.056	.218	3.414	.001
	Empaty ( <i>emphaty</i> )	.217	.057	.242	3.815	.000
	Berwujud ( <i>tangible</i> )	.229	.051	.268	4.527	.000

Sumber : Lampiran 15

Dari Tabel 41 dapat diketahui model regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$y = 0.678 + 0.06x_1 + 0.110x_2 + 0.218x_3 + 0.24x_4 + 0.268x_5$$

Persamaan ini menginformasikan bahwa variabel bebas yang diberikan PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar yang terdiri dari *reliability* (keterandalan/ $X_1$ ), (*Responsiveness*) (cepat tanggap/ $X_2$ ), (*emphaty*) (empati/ $X_3$ ), (*assurance*) (jaminan/ $X_4$ ), dan *tangible* (nyata/ $X_5$ ) mempunyai pengaruh atau kemampuan untuk mempengaruhi naik atau turunnya nilai variabel terikat kepuasan nasabah . Hal ini terbukti dari nilai konstanta dan koefisiensi persamaan regresi linier berganda yang masing – masing memiliki kontribusi terhadap perubahan naik atau turunnya nilai variabel terikat.

#### e. Evaluasi Hasil Regresi

##### ✓ Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.725 menunjukkan hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Selanjutnya koefisien ( $R^2$ ) sebesar 0.525 angka tersebut menunjukkan bahwa 52.5 persen kepuasan nasabah ( $Y$ ) yang menabung di PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar dipengaruhi oleh ke lima dimensi variabel bebas tersebut. sebagai indikasi bahwa ada kemungkinan adanya faktor lain selain kelima variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yang dimasukkan dalam model analisis juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menabung di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar, seperti adanya pengundian hadiah, penggunaan *e-banking* dimana bank swasta sudah banyak yang menerapkan. Nilai konstanta sebesar 0.725 adalah nilai Kepuasan nasabah pada saat semua variabel bebas dianggap tidak ada,

✓ **Pengujian secara Simultan ( Uji F )**

Pengujian secara simultan atau secara serempak dilakukan untuk melihat pengaruh Kepuasan nasabah ( Y ), Keterandalan ( reliability ) /X1), daya tanggap (*Responsiveness*) /X2), Empaty ( empati/X3), jaminan( *Assurance* /X4), dan berwujud *tangible* /X5)

Hasil perhitungan SPSS yang menunjukkan nilai F hitung dapat dilihat dari Tabel 42 .

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	44.750	5	8.950	56.199	.000 <sup>a</sup>
Residual	40.451	254	.159		
Total	85.201	259			

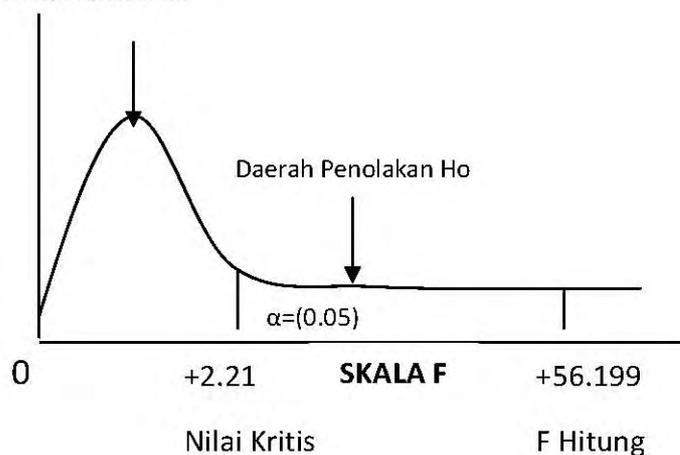
a. Predictors: (Constant), Berwujud ( tangible ) , Daya tanggap ( reliability ) , Responsive, Empaty ( emphaty ) , Jaminan ( assurance )

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber : Lampiran 15

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 56,199 jauh lebih besar dari F tabel ( F 0.05 , 5 , 260 ) yaitu sebesar 2.21 sehingga Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar.

Daerah Penerimaan Ho



✓ Pengujian Secara Parsial ( Uji t )

Pengujian secara parsial dilakukan untuk melihat apakah kepuasan nasabah dipengaruhi secara parsial( sendiri-sendiri ) oleh dimensi variabel bebas , dengan ketentuan jika  $H_0$  diterima maka variabel tidak signifikan dan jika  $H_0$  ditolak (  $H_1$  diterima ) maka variabel signifikan. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau  $t$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel ( 0.025,260) pada taraf signifikan 5 persen maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya terdapat pengaruh yang parsial dari variabel bebas yaitu Keterandalan ( reliability/X1), daya tanggap (*Responsiveness* /X2), Empaty ( *emphaty*/X3), jaminan( *Assurance* /X4), dan berwujud ( *tangible* /X5) terhadap kepuasan nasabah ( Y ).

Hasil perhitungan SPSS untuk  $t$  hitung lima dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 41. Nilai  $t$  hitung dimensi reliability (keterandalan/X1) sebesar 1,127 adalah lebih kecil dari  $t$  tabel yaitu sebesar 1.96, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan dimensi keterandalan ( *reliability*/X1) terhadap kepuasan nasabah.

Nilai  $t$  hitung dimensi daya tanggap (*Responsiveness* /X2) sebesar 1.919 adalah lebih kecil dari  $t$  tabel yaitu sebesar 1.96, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan dimensi daya tanggap (*Responsiveness*/X2) terhadap kepuasan nasabah

Nilai  $t$  hitung *Empaty* ( *emphaty* /X3) sebesar 3.414 adalah lebih besar dari  $t$  tabel yaitu 1.96 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dimensi *emphaty* ( *emphaty*/X3 ) terhadap kepuasan nasabah

Nilai hitung *jaminan* (*assurance* /X4) sebesar 3.815 adalah lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1.96 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dimensi *Jaminan* (*assurance*/ X4) terhadap kepuasan nasabah.

Nilai t hitung *berwujud* (*tangible* /X5) sebesar 4.527 adalah lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1.96 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dimensi *berwujud* (*tangible*/X5) terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial ini sekaligus juga diperoleh dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi *berwujud* (*tangible* / X5 ) hal ini terbukti nilai koefisien (*standardized coefficient beta*) yang lebih besar dengan angka koefisien sebesar 0.268.

#### f. Interpretasi Hasil Analisis

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tanggapan nasabah tentang kualitas pelayanan PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar yang terdiri dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles* mempengaruhi kepuasan nasabah dengan dibuktikan melalui nilai  $F_{hitung}$  (sebesar 56.199) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,21) yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.  $H_a$  adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak (simultan) dari Variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh yang cukup signifikan secara simultan dari Variabel *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Empathy* ( $X_3$ ), *Assurance* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah. Hal ini telah sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini dan hasil penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Di bawah ini akan dijelaskan masing-masing (secara parsial) dimensi kualitas pelayanan jasa berdasarkan dari urutan dimensi yang tidak berpengaruh secara signifikan sampai yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penjelasan dimensi kualitas pelayanan jasa tersebut antara lain.

- ✓ Dimensi *Reliability*. Hipotesis awal, peneliti menduga bahwa variabel inilah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun dari hasil penelitian didapat bahwa variabel dimensi *Reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat pada hasil  $T_{hitung}$  dan juga *Standardized Coefficient Beta* pada penelitian ini, yakni sebesar 0,060. Hal ini mungkin saja disebabkan pada saat responden banyak menjawab cukup pada saat pengisian kuesioner ini, sehingga secara parsial variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Kondisi ini bisa saja mencerminkan bahwa responden tidak terlalu tertarik atau memperhatikan kualitas pelayanan dari item ini. walaupun demikian PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanan pada dimensi *reliability*, agar pada penelitian selanjutnya variabel ini bisa mendapatkan respon yang positif dari para nasabah.

- ✓ Dimensi Responsiveness. Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel dimensi responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat pada hasil  $T_{hitung}$  dan juga *Standardized Coefficient Beta* pada penelitian ini, yakni sebesar 0,110. Hal ini mungkin saja disebabkan pada saat responden banyak menjawab cukup pada saat pengisian kuesioner ini, sehingga secara parsial variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Kondisi ini bisa saja mencerminkan bahwa responden tidak terlalu tertarik atau memperhatikan kualitas pelayanan dari item ini. PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanan pada dimensi reliability dengan melakukan pelatihan bagi karyawannya dalam hal penetapan prioritas dan manajemen waktu, sehingga karyawan dapat mengerti pekerjaan apa yang harus diprioritaskan dan dapat mengetahui bagaimana cara untuk mengatur waktu yang efektif dalam melayani nasabah tiap *individu*.
- ✓ Dimensi Assurance. Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel dimensi Assurance berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat pada hasil  $t$  hitung dan juga *Standardized Coefficient Beta* pada penelitian ini, yakni sebesar 0, 218. Nasabah yang merasa puas menganggap bahwa jaminan rasa aman dari karyawan seperti karyawan yang bersikap ramah, kemampuan bank memberikan jaminan keamanan uang nasabah, keterampilan melayani nasabah, kemampuan bank dalam menjamin keselamatan diri nasabah dan sebagainya merupakan hal yang sangat dibutuhkan, sehingga itu menjadi ukuran dari kepuasan nasabah tersebut. PT.Bank NTB cabang Sumbawa Besar dapat meningkatkan

jaminan rasa aman yang lebih baik dari bank lainnya, sehingga nasabah merasa puas. Salah satu caranya adalah dengan melakukan pelatihan karyawan dalam hal keterampilan melayani nasabah, keterampilan berinteraksi secara langsung yang sopan dengan nasabah. Cara yang lain yaitu menempatkan *security bank* (satpam bank) untuk menyambut nasabah yang datang dengan ramah dan jasa layanan pengantaran dan perlindungan kepada nasabah yang membawa uang dalam jumlah besar dari PT. Bank NTB cabang Sumbawa

- ✓ Dimensi *Tangibles*. Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel dimensi *Tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat pada hasil  $T_{hitung}$  dan juga *Standardized Coefficient Beta* pada penelitian ini, yakni sebesar 0,268. Hal ini disebabkan oleh nasabah yang menganggap dimensi *tangibles* (bukti fisik) seperti Fasilitas dan peralatan yang dimiliki PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar sudah diatas standar hal ini dibuktikan dengan adanya ATM ditempat-tempat strategis. Teknologi yang dipakai PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar cukup baik, namun bila dibandingkan dengan bank besar lainnya seperti bank BUMN, PT. Bank NTB cabang sumbawa Besar belum memiliki fasilitas misalnya dalam hal *Call Banking*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking* .Selain itu juga, nasabah menganggap tempat layanan yang bersih, nyaman, dan aman merupakan sesuatu yang harus dipenuhi, seperti yang ada pada bank lainnya, sehingga memberikan kontribusi yang besar bagi kepuasan nasabah. Walaupun Nasabah juga menganggap tempat parkir

yang dimiliki PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar kurang luas, terlebih tempat parkir untuk mobil. Oleh karena itu, PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar dapat meningkatkan dimensi tangibles melalui beberapa cara yaitu:

- a. Membuat jaringan *Internet Banking*, membuka fasilitas *Call Banking* dan *Mobile Banking*, sehingga nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar yang ada diluar sumbawa dapat mengakses faslitas bank melalui *handphone* dan internet.
  - b. Membuat tempat parkir yang luas, sehingga nasabah yang membawa mobil bisa memarkirkan mobilnya dengan leluasa.
- ✓ Dimensi *Empathy*. Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel dimensi *emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang mendapatkan nilai *Standardize Coefficient Beta* (koefisien Beta) yaitu sebesar 0.242. hal ini diperlihatkan melalui :
- a. Kesungguhan karyawan dalam memperhatikan kepentingan nasabah. Karyawan PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar harus dengan sungguh memperhatikan kepentingan nasabah tanpa memilih-milih.
  - b. Karyawan bank siap mendengar dan melakukan apa yang diminta nasabah. Karyawan PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar harus siap mendengar segala keluhan dan masalah dari nasabah serta siap melakukan apa yang diperlukan dan diminta nasabah. Kepentingan nasabah merupakan suatu kebutuhan dari nasabah yang harus dipenuhi,

supaya nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan PT.

Bank NTB cabang Sumbawa besar

- c. Karyawan memberikan informasi yang jelas. Karyawan bank harus dapat memberikan informasi apa saja yang diperlukan termasuk informasi tentang produk layanan jasa yang baru ditawarkan kepada nasabah secara jelas, dan jujur tanpa ada yang ditambahi atau dikurangi. Informasi tersebut jangan simpang siur sehingga membuat nasabah bingung. PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar harus dapat menjelaskan hal-hal penting yang ada kaitannya dengan jenis transaksi perbankan yang ada di PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar seperti cara pembukaan dan penutupan tabungan, cara transfer antar bank, cara pengajuan kredit, cara membuka deposito, cara mencairkan cek, cara membuka giro, dan sebagainya.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka pihak PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, melalui lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*, terlebih dalam meningkatkan aspek *tangible* (wujud nyata) terhadap nasabah melalui cara-cara di atas sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan jasa yang ada. PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar bisa juga melakukan pelatihan dan pendidikan karyawan sesuai dengan kebutuhan dari pihak PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa. Jika PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar sudah meningkatkan kualitas pelayanannya melalui lima dimensi

kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*, maka kepuasan nasabah akan terpenuhi, sehingga akhirnya akan timbul loyalitas nasabah kepada PT. Bank NTB cabang Sumbawa besar .

UNIVERSITAS TERBUKA

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Perkembangan bisnis perbankan di kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini bisa ditandai dengan bertambahnya jumlah bank konvensional yang beroperasi di Kabupaten Sumbawa, hal ini semakin menuntut adanya peningkatan kualitas pelayanan dari masing-masing bank tersebut.

Kurangnya tingkat pelayanan pada suatu bank akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, dimana hal tersebut akan sangat mempengaruhi kemajuan perbankan pada PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis yang telah diuraikan di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara Parsial dimensi keterandalan (*reliability*) dan dimensi responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini disebabkan bank belum bisa melaksanakan pelayanan seperti yang diharapkan oleh nasabah. Sedangkan dimensi Emphaty, Assurance dan tangible secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari ke lima dimensi tersebut dapat dilihat dimensi tangible memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar.

2. Kualitas pelayanan yang terdiri dari Reability, responsiveness, Emphaty, Assurance, dan tangible secara simultan/ bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan yang sangat tinggi, yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar.
3. Nilai determinasi yaitu  $R^2 = 0.525$  artinya varian yang terjadi pada variabel kepuasan nasabah sebesar 52.5 persen ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan, selebihnya sebesar 48.5 persen ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam variabel di penelitian ini.
4. Temuan-temuan dalam penelitian ini terbukti mendukung teori Parasuraman dan Zeithaml (1990) di mana tolak ukur kualitas pelayanan dapat diukur oleh 10 sub variabel (dimensi), yaitu: tangible (berwujud), reliability (keandalan), responsiveness (kerosponsifan), competence (pengetahuan dan keterampilan), courtesy (perilaku), credibility (kejujuran), security (keamanan), access (kemudahan hubungan), communications (komunikasi), dan understanding the customer (mengerti kebutuhan masyarakat). Kesepuluh variabel itu pada dasarnya sama dengan lima variabel yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini, yakni: reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible.

## 5.2. Saran

1. Kepuasan Nasabah PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar paling dominan dipengaruhi oleh variabel bukti nyata ( tangible ). Berkaitan dengan tersebut PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar, dapat terus meningkatkan pelayanan dengan terus meningkatkan kualitas kenyamanan dan keamanan nasabah dalam bertransaksi , peningkatan profesionalisme dan pengetahuan karyawan, meningkatkan fasilitas penunjang bank. Hal ini diperlukan untuk dapat meningkatkan daya saing PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar dengan bank lain yang ada di Kabupaten Sumbawa.
2. Secara simultan kelima variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar. Berkaitan dengan hal tersebut disarankan agar PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar lebih meningkatkan kualitas pelayanan, lebih memberikan perhatian kepada nasabah terutama nasabah yang memiliki masalah dalam menyelesaikan transaksinya, tepat waktu dan tidak melakukan kesalahan pada saat bertransaksi , sehingga hal ini dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah dan lebih bisa membangun kerja sama dalam jangka waktu yang lebih panjang.
3. Keterbatasan penelitian dan arah peneltian ke depan:  
Sampling menggunakan non probability sampling, sehingga sampel belum mencerminkan karakteristik populasi secara

keseluruhan. Untuk itu penelitian kedepan diharapkan mempergunakan propability sampling

Penyebaran kusioner dilakukan dengan menyebar angket, seharusnya pengisian sampel didampingi sehingga penelitian didepan diharapkan dilakukan penelitian secara mendalam

4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat pula meneliti faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi kepuasan nasabah yang belum diteliti dalam penelitian ini, sehingga bisa menjadi masukan yang berarti bagi dunia perbankan.

UNIVERSITAS TERBUKA

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Agus Widarjono, 2010, *Analisis Statistik Multivariat Terapan*, Yogyakarta UPP  
STIM YKPN
- Ahuja, Hira N, 1980, *Succesfull contuction Construction cost control*, New york,  
John Willey and sons.
- Algifari, 1997, *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi pertama. BPFE  
Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Barkley, Bruce T and James H Saylor. 1994. *Customer Driven Project  
Management, A Implementation* Singapore
- Brown, T.J, Churchill, G.A.,Peter,J.P, 1992, *Improving The Measurement of  
Service Quality* , Wisconsin : University of Wisconsin – Madison
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. 2001. *Business Research Methods, 7th  
Edition*, McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Djarwanto, PS dan Subagyo, Pangestu. 1993, *Statistik Induktif*.  
Edisi Ke-empat. Yogakarta: BPFE.
- Ghiselli, Edwin E, John P. Campbell, and Sheldon Zedeck. *Measurement Theory  
for the Behavioral Sciences*. San Francisco: W.H. Freeman and Company,  
1981
- Gronroos, Christian. 1984. "A Service Quality Modal adn Its Marketing  
Implications". *European Journal Marketing*, Vol. 18, No. 4, pp 35-44.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2001. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara.  
..... 2005. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Imam, Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis. Multivariate dengan Pogram SPSS*.  
Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali dan N,John Castellan, Jr, 2002, *Statistik Non-Parametrik*, teori dan aplikasi dengan program SPSS, *Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Isaac, Stephen and William B. Michael. *Handbook in Reasearch and Evaluation: For Education and the Behavioral Sciences*. Third edition. San Diego, CA: EdiTS, 1995
- Jogiyanto, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, BPFE, Yogyakarta
- Kasmir, 2003, *Dasar-dasar Perbankan* , Edisi Pertama. Jakarta: Cetakan kedua PT.Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, (9<sup>th</sup> ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Kotller, P. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, buku 2, (1<sup>th</sup> ed).Jakarta: Salemba Empat
- Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Mahmoedin, H.AS, 1992, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Martin, B. William, Ph.D, 1990, *Pelayanan Pelanggan yang Bermutu: Seni Memperlakukan Pelanggan Sebagai Tamu*, Edisi Revisi, Jakarta: Angkasa.

- Mas'ud, Fuad.2004, *Survey Diagnosis Organisasional: Konsep & Aplikasi*: Badan Penerbit Undip
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Menon, Ajay, Bernard J. Jaworski dan Ajay K. Kohli. (1997), *Product Quality: Impact of interdepartmental Intereactions. Journal of The Academy of Marketing Science*, 25(3) : pp. 187-200
- Muhammad Djumhana, 1999, *Hukum Perbankan Indonesia*, Bandung : PT. citra Aditya Bakti, hlm 3.
- Nasir,Muhammad, 1998, *Metode Penelitian*,Cetakan ke tiga, Jakarta: Penerbit Galia Indonesia
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry, 1990. *Delivering QualityService*. New York, The Free Press : 40-48
- ..... 1988. *SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*.
- Rangkuti, Freedy, 2003. *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT.GRamedia Pustaka Utama
- Saladin Djaslim, 1996. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Cetakan kedua. Bandung : Mandar Maju
- Santoso, Singgih, 2001, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametri* (Edisi Pertama). Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. Second Edition: Jhon Willey & Sons, Inc, New York.

- Sugiyono. 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, edisi pertama, cetakan ke dua.  
Bandung : penerbit CV. Alfabeta
- .....2006. *Metode Penelitian Bisnis*, edisi pertama, cetakan ke dua. Bandung  
: penerbit CV. Alfabeta
- Supranto, Johannes, 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka  
Cipta, Jakarta.
- Stuart and Sunden. *Principle and Practice of psychiatric Nursing, Sixth –  
Edition. Toronto; CV Masby. Co. 1998.*
- Soetjipto, Budi W. 1997, *Service Quality Pendekatan dan Berbagai Persoalan,  
Manajemen Usahawan Indonesia*. Usahawan No 01, TH XXVI Januari,  
hh.19-24.
- Tax, R, Stephen Brown and Chandrasekaran, 1998, *Customer Evaluations of  
Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*.  
Journal of Marketing Vol. 61
- Tjptiono,Fandi. 1998. *Manajemen Jasa*, Edisi kedua , cetakan pertama.  
Yogyakarta: Penerbit Andi
- 2000. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Edisi  
Kedua.Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wahlers, James L. dan James F. Cox, 1994, *Competitive Faktors and  
Performance Measurement : Applying the Theory of Constraints to Meet  
Customers Needs*. Georgia, International Journal of Production  
Economics, 229-240

**JURNAL/ARTIKEL**

Bharadwaj, Sundar G, P.Rajan Varadarajan, dan John Fahy,1993, *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: a Conceptual Model and Research Propositions*. Journal of Marketing, Vol.57.

Chang, Tung-Zong dan Su-Jane Chen. 1998. *Market Orientation, Service Quality and Business Performance: a Conceptual Model and Empirical Evidence*. Journal of Service Marketing, Vol.12, No.4

Churchill, G. A. and Surprenant, C. 1992, *An Investigation into the Determinant of Customer Satisfaction*. Journal of Marketing Research, Vol.19, pp.491-504. Research Strategy in Studies of Information Systems. MIS Quarterly. 1989, pp.33-50.

L Suryanto, FX Sugiyanto dan Sugiarti. 2002, *Analisis faktor pembentuk persepsi kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan*, Jurnal bisnis strategi, Vol.9/Juli th VII

Rusdarti. 2004, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang*. Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 13, Juli,pp 54-65.

R Agustinus Anggoro Pribadi,Syuhada Sufian, J. Sugiarto PH, Kutipan dari makalah *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit online-nya*.

Smith, Rodney E, and Wright, William F, 2004, *Determinants of Customer Loyalty and Financial Performance*. Journal of Management Accounting Research, Vol.16 pg. 183, 23 pgs

Valerie Zeithaml, Leonard L Berry, dan A. Parasuraman, 1996, *Consequensces of Service Quality of Marketing*, Vol.60 No.2,pp.31-46

Wells, W.D. and D, Prensky, 1996, *Consumer Behavior*, New York: John Wiley & Sons, Inc.

### **INTERNET**

BBRC, 2003, Pentingnya Kepuasan Pelanggan, Artikel , Internet, diposting bulan Maret 2011

Eddy Rusman, SP,MP, Prospek Perbankan. 2011. Medan Bisnis, 04 April 2011,diposting bulan April 2011

Rizaldy's Blog , Kondisi Ekonomi Perbankan Indonesia 2008-2009 Resume dari beberapa Artikel Okezone.com, nulisonline.wordpress.com, diposting bulan April 2011

### **TESIS**

Dodik Agung Indra, Tri Gunarsih, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok,Studi Kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar*, Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Ginting Nurmaidah, 2008, *Analisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) cabang Putri Hijau Medan*, Program Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara

- Laosma Tulus L Tobing, 2006, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing pad PT. Bank Negara Indonesia ( persero) Tbk. Medan*, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang
- M. Afifuddin,SE, 2009, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. (Persero) Angkasa Pura 1 di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang*, Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka
- TiaTranstrianingzah, 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*, Program Manajemen Syariah, STAIN Surakarta
- Sipahutar, Mangasa Agustinus, 2000, *Pengaruh kualitas jasa dan features Taplus BNI cabang Bandung*, Tesis Magister Program Magister Manajemen, Program pasca sarjana Universitas Padjajaran Bandung (tidak dipublikasikan)

## LAMPIRAN 1

```
FREQUENCIES VARIABLES=Pendidikan Pekerjaan Jenis_kelami
n Usia
/STATISTICS=MEAN
/ORDER=ANALYSIS.
```

### Frequencies

Statistics

		Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Usia
N	Valid	265	265	265	265
	Missing	0	0	0	0

### Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	144	54.3	54.3	54.3
	Perempuan	121	45.7	45.7	100.0
Total		265	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	82	30.9	30.9	30.9
	31-40	91	34.3	34.3	65.3
	41-50	52	19.6	19.6	84.9
	50 ke-atas	40	15.1	15.1	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

## Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	127	47.9	47.9	47.9
	D1	3	1.1	1.1	49.1
	D2	4	1.5	1.5	50.6
	D3	15	5.7	5.7	56.2
	S1	109	41.1	41.1	97.4
	S2	7	2.6	2.6	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

## Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	131	49.4	49.4	49.4
	Swasta	121	45.7	45.7	95.1
	Mahasiswa	13	4.9	4.9	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 2**  
**HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS**

**Reabilitas (Kehandalan)**

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.762	.767	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Reabilitas 1	3.1846	.85906	260
Reabilitas 2	3.0423	.84409	260
Reabilitas 3	3.1000	.81823	260
Reabilitas 4	2.4846	1.03778	260

**Inter-Item Correlation Matrix**

	Reabilitas 1	Reabilitas 2	Reabilitas 3	Reabilitas 4
Reabilitas 1	1.000	.564	.375	.428
Reabilitas 2	.564	1.000	.452	.514
Reabilitas 3	.375	.452	1.000	.375
Reabilitas 4	.428	.514	.375	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Reabilitas 1	8.6269	4.621	.571	.355	.702
Reabilitas 2	8.7692	4.410	.661	.445	.655
Reabilitas 3	8.7115	5.009	.488	.245	.743
Reabilitas 4	9.3269	4.090	.548	.310	.722

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.8115	7.466	2.73245	4

UNIVERSITAS TERBUKA

### LAMPIRAN 3

- Responsive

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.616	.625	3

##### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Responsive 1	2.8962	.90087	260
Responsive 2	3.1885	.82846	260
Responsive 3	3.5538	.78658	260

##### Inter-Item Correlation Matrix

	Responsive 1	Responsive 2	Responsive 3
Responsive 1	1.000	.306	.174
Responsive 2	.306	1.000	.592
Responsive 3	.174	.592	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Responsive 1	6.7423	2.076	.271	.094	.743
Responsive 2	6.4500	1.677	.572	.392	.294
Responsive 3	6.0846	1.954	.463	.350	.467

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.6385	3.591	1.89494	3

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAMPIRAN 4

- Assurances

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.808	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Ass-1	3.6692	.85549	260
Ass-2	3.6308	.91016	260
Ass-3	3.6731	.76912	260
Ass-4	3.6731	.77910	260

**Inter-Item Correlation Matrix**

	Ass-1	Ass-2	Ass-3	Ass-4
Ass-1	1.000	.502	.510	.358
Ass-2	.502	1.000	.588	.493
Ass-3	.510	.588	1.000	.620
Ass-4	.358	.493	.620	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ass-1	10.9769	4.293	.545	.322	.792
Ass-2	11.0154	3.822	.648	.423	.742
Ass-3	10.9731	4.127	.716	.527	.712
Ass-4	10.9731	4.428	.586	.410	.771

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.6462	6.955	2.63731	4

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAMPIRAN 5

- **Empathy**

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.783	.785	5

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EMP.1	3.3923	.88310	260
EMP.2	3.2962	.82010	260
EMP.3	3.4462	.86155	260
EMP.4	3.3077	.85511	260
EMP.5	3.5654	.95029	260

#### Inter-Item Correlation Matrix

	EMP.1	EMP.2	EMP.3	EMP.4	EMP.5
EMP.1	1.000	.367	.424	.499	.439
EMP.2	.367	1.000	.572	.426	.295
EMP.3	.424	.572	1.000	.505	.332
EMP.4	.499	.426	.505	1.000	.370
EMP.5	.439	.295	.332	.370	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EMP.1	13.6154	6.801	.579	.352	.736
EMP.2	13.7115	7.179	.545	.362	.747
EMP.3	13.5615	6.765	.611	.429	.725
EMP.4	13.7000	6.821	.603	.378	.728
EMP.5	13.4423	7.004	.465	.237	.776

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.0077	10.247	3.20110	5

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAMPIRAN 6

- **Tangible**

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.774	.778	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Tan.1	3.6615	.83877	260
Tan.2	3.8269	.78895	260
Tan.3	3.5885	.84963	260
Tan.4	3.5885	.98044	260

**Inter-Item Correlation Matrix**

	Tan.1	Tan.2	Tan.3	Tan.4
Tan.1	1.000	.541	.503	.436
Tan.2	.541	1.000	.446	.302
Tan.3	.503	.446	1.000	.570
Tan.4	.436	.302	.570	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tan.1	11.0038	4.320	.616	.403	.700
Tan.2	10.8385	4.769	.517	.334	.749
Tan.3	11.0769	4.187	.651	.435	.681
Tan.4	11.0769	4.079	.539	.355	.747

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.6654	7.173	2.67830	4

## LAMPIRAN 7

- **Kepuasan Nasabah**

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	260	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	260	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.781	.781	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KN-1	3.3346	.74016	260
KN-2	3.5385	.68242	260
KN-3	3.3615	.76106	260
KN-4	3.4385	.76611	260

**Inter-Item Correlation Matrix**

	KN-1	KN-2	KN-3	KN-4
KN-1	1.000	.490	.442	.421
KN-2	.490	1.000	.449	.396
KN-3	.442	.449	1.000	.628
KN-4	.421	.396	.628	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN-1	10.3385	3.244	.552	.320	.745
KN-2	10.1346	3.422	.545	.314	.749
KN-3	10.3115	2.988	.645	.456	.696
KN-4	10.2346	3.053	.606	.425	.717

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.6731	5.263	2.29420	4

UNIVERSITAS TERBUKA

**LAMPIRAN 8****HASIL UJI FREKUENSI MASING-MASING VARIABEL**

- **REABILITAS( KEHANDALAN )**

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.6731	5.263	2.29420	4

**Frequency Table****Reabilitas 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	12	4.6	4.6	4.6
	Tidak puas	32	12.3	12.3	16.9
	Cukup	120	46.2	46.2	63.1
	Puas	88	33.8	33.8	96.9
	sangat puas	8	3.1	3.1	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

**Reabilitas 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	9	3.5	3.5	3.5
	tidak puas	52	20.0	20.0	23.5
	cukup	126	48.5	48.5	71.9
	puas	65	25.0	25.0	96.9
	sangat puas	8	3.1	3.1	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Reabilitas 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	6	2.3	2.3	2.3
	tidak puas	50	19.2	19.2	21.5
	cukup	123	47.3	47.3	68.8
	puas	74	28.5	28.5	97.3
	Sangat puas	7	2.7	2.7	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Reabilitas 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	46	17.7	17.7	17.7
	tidak puas	94	36.2	36.2	53.8
	cukup	77	29.6	29.6	83.5
	puas	34	13.1	13.1	96.5
	sangat puas	9	3.5	3.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 9

### RESPONSIVENESS

Statistics

		Responsive 1	Responsive 2	Responsive 3
N	Valid	260	260	260
	Missing	0	0	0
Mean		2.8962	3.1885	3.5538

### Frequency Table

Responsive 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	21	8.1	8.1	8.1
	Tidak puas	52	20.0	20.0	28.1
	Cukup	125	48.1	48.1	76.2
	Puas	57	21.9	21.9	98.1
	sangat puas	5	1.9	1.9	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Responsive 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	7	2.7	2.7	2.7
	tidak puas	36	13.8	13.8	16.5
	cukup	130	50.0	50.0	66.5
	puas	75	28.8	28.8	95.4
	sangat puas	12	4.6	4.6	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

## Responsive 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	2	.8	.8	.8
	tidak puas	13	5.0	5.0	5.8
	cukup	113	43.5	43.5	49.2
	puas	103	39.6	39.6	88.8
	Sangat puas	29	11.2	11.2	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAMPIRAN 10

- ASSURANCES

Statistics

		Ass-1	Ass-2	Ass-3	Ass-4
N	Valid	260	260	260	260
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.6692	3.6308	3.6731	3.6731

### Frequency Table

Ass-1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	1.2	1.2	1.2
	Tidak puas	17	6.5	6.5	7.7
	Cukup	83	31.9	31.9	39.6
	Puas	117	45.0	45.0	84.6
	sangat puas	40	15.4	15.4	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Ass-2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	4	1.5	1.5	1.5
	tidak puas	18	6.9	6.9	8.5
	cukup	95	36.5	36.5	45.0
	puas	96	36.9	36.9	81.9
	sangat puas	47	18.1	18.1	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Ass-3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	11	4.2	4.2	4.2
	cukup	100	38.5	38.5	42.7
	puas	112	43.1	43.1	85.8
	Sangat puas	37	14.2	14.2	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Ass-4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	.4	.4	.4
	tidak puas	9	3.5	3.5	3.8
	cukup	102	39.2	39.2	43.1
	puas	110	42.3	42.3	85.4
	sangat puas	38	14.6	14.6	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 11

### EMPHATY

Statistics

		EMP.1	EMP.2	EMP.3	EMP.4	EMP.5
N	Valid	260	260	260	260	260
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.3923	3.2962	3.4462	3.3077	3.5654

### Frequency Table

EMP.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	7	2.7	2.7	2.7
	Tidak puas	26	10.0	10.0	12.7
	Cukup	108	41.5	41.5	54.2
	Puas	96	36.9	36.9	91.2
	sangat puas	23	8.8	8.8	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

EMP.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	3	1.2	1.2	1.2
	tidak puas	36	13.8	13.8	15.0
	cukup	117	45.0	45.0	60.0
	puas	89	34.2	34.2	94.2
	sangat puas	15	5.8	5.8	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

**EMP.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	1	.4	.4	.4
	tidak puas	31	11.9	11.9	12.3
	cukup	109	41.9	41.9	54.2
	puas	89	34.2	34.2	88.5
	Sangat puas	30	11.5	11.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

**EMP.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	6	2.3	2.3	2.3
	tidak puas	27	10.4	10.4	12.7
	cukup	130	50.0	50.0	62.7
	puas	75	28.8	28.8	91.5
	sangat puas	22	8.5	8.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

**EMP.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	4	1.5	1.5	1.5
	tidak puas	32	12.3	12.3	13.8
	cukup	78	30.0	30.0	43.8
	puas	105	40.4	40.4	84.2
	sangat puas	41	15.8	15.8	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 12

### TANGIBLE

Statistics

		Tan.1	Tan.2	Tan.3	Tan.4
N	Valid	260	260	260	260
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.6615	3.8269	3.5885	3.5885

### Frequency Table

Tan.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	1.2	1.2	1.2
	Tidak puas	11	4.2	4.2	5.4
	Cukup	99	38.1	38.1	43.5
	Puas	105	40.4	40.4	83.8
	sangat puas	42	16.2	16.2	100.0
Total		260	100.0	100.0	

Tan.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	10	3.8	3.8	3.8
	cukup	77	29.6	29.6	33.5
	puas	121	46.5	46.5	80.0
	sangat puas	52	20.0	20.0	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Tan.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	6	2.3	2.3	2.3
	tidak puas	12	4.6	4.6	6.9
	cukup	97	37.3	37.3	44.2
	puas	113	43.5	43.5	87.7
	Sangat puas	32	12.3	12.3	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Tan.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	7	2.7	2.7	2.7
	tidak puas	21	8.1	8.1	10.8
	cukup	95	36.5	36.5	47.3
	puas	86	33.1	33.1	80.4
	sangat puas	51	19.6	19.6	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

### LAMPIRAN 13

#### KEPUASAN NASABAH

Statistics

		KN-1	KN-2	KN-3	KN-4
N	Valid	260	260	260	260
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.3346	3.5385	3.3615	3.4385

#### Frequency Table

KN-1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	3	1.2	1.2	1.2
	Tidak puas	19	7.3	7.3	8.5
	Cukup	140	53.8	53.8	62.3
	Puas	84	32.3	32.3	94.6
	Sangat puas	14	5.4	5.4	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

KN-2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak puas	10	3.8	3.8	3.8
	Cukup	118	45.4	45.4	49.2
	Puas	114	43.8	43.8	93.1
	Sangat Puas	18	6.9	6.9	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

KN-3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak puas	28	10.8	10.8	10.8
	cukup	127	48.8	48.8	59.6
	Puas	88	33.8	33.8	93.5
	Sangat puas	17	6.5	6.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

KN-4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	1	.4	.4	.4
	tidak puas	18	6.9	6.9	7.3
	Cukup	130	50.0	50.0	57.3
	Puas	89	33.8	33.8	91.2
	Sangat puas	23	8.8	8.8	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 14**  
**HASIL UJI ASUMSI KLASIK**

- **NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		260
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39519668
Most Extreme Differences	Absolute	.031
	Positive	.031
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.497
Asymp. Sig. (2-tailed)		.966
a. Test distribution is Normal.		

UNIVERSITAS TERBUKA

**LAMPIRAN 15**

**HETERODEKATISITAS**

**Correlations**

			Unstandardized Residual	Reliability
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.021
		Sig. (2-tailed)	.	.737
		N	260	260
Reliability		Correlation Coefficient	.021	1.000
		Sig. (2-tailed)	.737	.
		N	260	260

**Correlations**

			Unstandardized Residual	Responsive
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.043
		Sig. (2-tailed)	.	.487
		N	260	260
Responsive		Correlation Coefficient	.043	1.000
		Sig. (2-tailed)	.487	.
		N	260	260

**Correlations**

			Unstandardized Residual	Assurance
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.023
		Sig. (2-tailed)	.	.717
		N	260	260
Assurance		Correlation Coefficient	.023	1.000
		Sig. (2-tailed)	.717	.
		N	260	260

## Correlations

			Unstandardized Residual	Emphaty
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	-.017
		Sig. (2-tailed)	.	.779
		N	260	260
	Emphaty	Correlation Coefficient	-.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.779	.
		N	260	260

## Correlations

			Unstandardized Residual	Tangible
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.002
		Sig. (2-tailed)	.	.976
		N	260	260
	Tangible	Correlation Coefficient	.002	1.000
		Sig. (2-tailed)	.976	.
		N	260	260

**LAMPIRAN 16****MULTIKOLINEARITAS**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Reliability	.660	1.516
Responsive	.573	1.746
Assurance	.458	2.182
Emphaty	.466	2.146
Tangible	.534	1.873

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAMPIRAN 17

### HASIL UJI REGRESI BERGANDA

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangible, Reliability, Responsive, Emphaty, Assurance <sup>a</sup>		. Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.516	.39907	2.135

- a. Predictors: (Constant), Tangible, Reliability, Responsive, Emphaty, Assurance  
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.750	5	8.950	56.199	.000 <sup>a</sup>
	Residual	40.451	254	.159		
	Total	85.201	259			

- a. Predictors: (Constant), Tangible, Reliability, Responsive, Emphaty, Assurance  
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.678	.169		4.016	.000
	Reliability	.050	.045	.060	1.127	.261
	Responsive	.100	.052	.110	1.919	.056
	Assurance	.190	.056	.218	3.414	.001
	Emphaty	.217	.057	.242	3.815	.000
	Tangible	.229	.051	.268	4.527	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

UNIVERSITAS TERBUKA

**LAMPIRAN 18**

**KUESIONER**

**Pengukuran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah  
Di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar**

Para Nasabah yang terhormat,

Dalam rangka pengukuran tingkat kualitas pelayanan pada PT. Bank NTB cabang Sumbawa Besar , kami mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan respon yang pertama kali muncul dalam pikiran Anda, karena ini adalah respon yang terbaik dari Anda. Biodata Anda hanya untuk kepentingan penelitian dan kami akan merahasiakan biodata Anda.

Nama : .....  
 Pendidikan : .....  
 Pekerjaan : .....  
 Jenis Kelamin : .....  
 Usia : .....

**Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda silang (X) pada pilihan yang Anda anggap paling sesuai:

(1) sangat tidak puas, (2) tidak puas, (3) cukup, (4) puas,(5) sangat puas

DAFTAR PERTANYAAN	JAWABAN				
	(1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Cukup, (4) Puas, (5) Sangat Puas				
	1	2	3	4	5
<b>Reliability (Keterandalan)</b>					
1. Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan					
2. Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu					
3. Bank memberikan perhatian lebih terhadap masalah nasabah					
4. Bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan					

DAFTAR PERTANYAAN	JAWABAN				
	(1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Cukup, (4) Puas, (5) Sangat Puas				
	1	2	3	4	5
5. Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan					
6. Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari 10 menit					
<b>Responsiveness (Cepat Tanggap)</b>					
1. Nasabah tidak pernah dibiarkan menunggu lebih dari 3 kali dering telepon untuk pelayanan					
2. Bank memiliki jaringan ATM yang tersebar luas					
3. Lokasi ATM Mudah dijangkau					
4. Satpam selalu bersedia membantu nasabah					
5. Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah					
<b>Assurance (Jaminan)</b>					
1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi melalui mesin ATM					
2. Karyawan Bank selalu bersikap profesional, ramah dan tersenyum					
3. Nasabah bank merasa aman melakukan transaksi dengan pihak Bank					
4. Karyawan bank selalu mampu menjawab semua pertanyaan nasabah					
<b>Emphaty (Empati)</b>					
1. Bank selalu memberi informasi tentang produk dan pelayanannya					
2. Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah					
3. Dalam memberi pelayanan, karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah					
4. Nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan bank					
5. Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman					

DAFTAR PERTANYAAN	JAWABAN				
	(1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Cukup, (4) Puas, (5) Sangat Puas				
	1	2	3	4	5
<b>Tangibels (Bukti langsung)</b>					
1. Jenis formulir selalu tersedia, dan nasabah tidak kesulitan dalam mengisinya					
2. Karyawan bank memiliki penampilan yang rapi dan profesional					
3. Ruang tunggu bank bersih, nyaman dan dan ditunjang peralatan modern					
4. ATM selalu dalam keadaan siap 24 jam					
<b>Kepuasan Nasabah</b>					
1. Perasaan nasabah terhadap keandalan karyawan bank					
2. Perasaan nasabah tentang daya tanggap karyawan bank terhadap keluhan nasabah					
3. Jaminan pengetahuan dan kemampuan karyawan bank					
4. Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah					
5. Sarana dan prasarana yang disediakan pihak bank sudah memadai					

**TERIMA KASIH**