

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN (TAPM)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SUMUT
CABANG SIDIKALANG**



UNIVERSITAS TERBUKA

TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Disusun Oleh :
Raja Ingot Pardede
NIM. 017600593

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
MEDAN
2013**

ABSTRAK**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang****Raja Ingot Pardede, SE**

Universitas Terbuka

PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang bergerak dalam jasa keuangan perbankan dituntut untuk mampu memenangkan persaingan. Dalam persaingan yang semakin ketat, PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang pada akhirnya menciptakan kepuasan nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari keterandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah baik secara simultan maupun secara parsial. Untuk mengetahui, mana diantara ke lima variabel tersebut yaitu keterandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, untuk menguji apakah kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah digunakan Uji F, dan untuk menguji apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah digunakan Uji t pada taraf signifikansi 5 % ($\alpha = 5\%$). Jumlah sampel yang digunakan untuk analisis ini sebanyak 100 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari keterandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial yang berpengaruh dominan adalah variabel jaminan. Artinya variabel jaminan lebih berperan dalam menentukan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dibandingkan variabel keterandalan, daya tanggap, empati, dan bukti fisik.

Kata Kunci : Kualitas Layanan (keterandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik), Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The Influence of Service Quality to the Consumers toward satisfaction
at PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang

Raja Ingot Pardede

PT. Bank Sumut Sidikalang branch which run in banking financial service is claimed to win the competition. In more strictly competition, PT. Bank Sumut Sidikalang branch must be able to give the best service by increasing the service quality wich is finally able to create the satisfaction of consumer.

The objectives of this research were to know the influence of service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles to the satisfaction of consumers either simultaneously or partially. To know the most dominant influence of service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles to service quality at PT. Bank Sumut Sidikalang.

The analysis method was used multiple linier regression analysis, to test whether the quality of service simultaneously influenced the satisfaction of consumers, it used F-test and to test whether the service quality partially influenced to the satisfaction of consumers, it used t-test at level of signnificant 5% ($\alpha = 5\%$). The sample were used to analized 100 consumers.

The result of research shown that the service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles were given by PT. Bank Sumut Sidikalang branch have simultaneous influence to the satisfaction of consumers. Partially, the most dominan influence was assurance variable. It means that assurance variable more active in determining the satisfaction of consumers in PT. Bank Sumut Sidikalang branch compared to reliability, responsiveness, empathy, and tangibles

Key words : Service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles), the satisfaction of consumers.

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Medan, 17 Juli 2013

Yang Menyatakan,



(Raja Ingot Pardede, SE)

NIM. 017600593

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang


Penyusun TAPM : Raja Ingot Pardede, SE

NIM : 017600593


Program Studi : Magister Manajemen

Hari/Tanggal : Sabtu / 17 Juni 2013

Pembimbing I,



Dr. Arlina Nurbaity Lubis, SE, MBA

Pembimbing II,

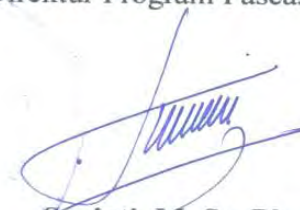

Dr. Elisabet Siahaan, SE, MEd

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 PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Raja Ingot Pardede
 NIM : 017600593
 Program Studi : Magister Manajemen
 Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
 Pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang


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

Hari/Tanggal : Sabtu / 6 Juli 2013
 Waktu : 10.00 s.d 12 WIB


Dan telah dinyatakan **LULUS**

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji
 Drs. Amril Latif, M.Si

: 

Penguji Ahli
 Dr. Said Kelana Asnawi, MM

: 

Pembimbing I
 Dr. Arlina Nurbaity Lubis, SE, MBA

: 

Pembimbing II
 Dr. Elisabet Siahaan, SE, MEc

: 

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya karena berkat, karunia, dan kasih sayang-Nya, saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Adapun judul TAPM ini adalah ” Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang”.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan TAPM ini, tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Selama penulisan TAPM ini penulis juga merasakan banyaknya bantuan moril dari banyak pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa 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. Amril Latif, M.Si, selaku Kepala UPBJJ-UT Medan;
5. Ibu Dr. Dr. Arlina Nurbaity Lubis, SE, MBA , selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
6. Ibu Dr. Elisabet Siahaan, SE, MEc, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
7. Bapak Drs. Suharno, M.Sc, selaku Kepala Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan belajar bagi penulis;
8. Ibu Marlise Simamora, SE, selaku Kepala Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Utara sebagai atasan langsung penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam mengikuti perkuliahan dan dalam menyelesaikan penulisan TAPM ini;

9. Bapak Nurdin Lubis, selaku Pemimpin Cabang PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, atas bantuannya dalam penyusunan TAPM ini;
10. Pengurus UPBJJ-UT Medan dan staf atas bantuannya yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan dalam proses belajar selama penulis mengikuti perkuliahan;
11. Adrianto, SE, MM, selaku koordinator Pokjar S2 UPBJJ- UT Medan;
12. Seluruh dosen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Terbuka UPBJJ-UT Medan yang telah menyumbangkan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis;
13. Orang tua dan saudara-saudaraku yang selalu setia dengan kasih sayangnya menyertai perjalanan studi penulis dengan doa dan motivasi;
14. Istriku tercinta Idawaty Lubis, dan anak-anakku Oktanaisius Pardede, Denedictus Dhani Mangapul Pardede, dan Teresia Evelin Pardede;
15. Rekanaku Emmy Manurung atas pengertian dan dukungan materinya;
16. Seluruh rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka UPBJJ-UT Medan.

Akhir kata, kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa membalas segala kebaikan yang telah penulis terima kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama penulis mengikuti perkuliahan dan saat penulisan TAPM ini. Penulis berharap, semoga TAPM ini dapat bermanfaat kepada seluruh pembaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Sidikalang, Juli 2013

Penulis,

Raja Ingot Pardede, SE

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA**
Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe Ciputat 15418
Telp. 021.7415050, Fax 021.7415588

BIODATA

Nama : Raja Ingot Pardede

N I M : 017600593

Tempat dan Tanggal Lahir : Dairi/28 Januari 1968

Registrasi Pertama : 2011.2

Riwayat Pendidikan : SD Negeri Teladan 030277 1980
: SMP Negeri 1 Sidikalang 1983
: SMA Negeri 1 Sidikalang 1986
: Universitas Bengkulu Fakultas Ekonomi
Jurusan S. Pembangunan 1993

Riwayat Pekerjaan : BPS Kabupaten Bungo Provinsi Jambi
1994 – 2006
: BPS Kabupaten Dairi 2006 – Sekarang

Alamat Tetap : Panji Asri Sitinjo II Sitinjo

Telp/HP. : 0813 966 869 97

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Abstract	ii
Lembar Persetujuan TAPM.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Biodata	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	10
1. Pelayanan	10
2. Kualitas Pelayanan	14
3. Kepuasan Konsumen.....	21
4. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen ..	23
5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
7. Pengertian Bank.....	27
8. Fungsi dan Peranan Bank	28
9. Jasa-Jasa Perbankan	30
10. Penelitian Terdahulu	31
B. Kerangka Berpikir	32
C. Hipotesis	33
D. Definisi Operasional	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Instrumen Penelitian	41
1. Skala Pengukuran	41
D. Prosedur Pengumpulan Data	42
1 Tempat dan Waktu Penelitian	42
a. Tempat Penelitian	42
b. Waktu Penelitian	42

	2	Prosedur Pengumpulan Data	42
E.		Metode Analisis Data	44
	1	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
	a.	Uji Validitas	44
	b.	Uji Reliabilitas	49
	2	Uji Asumsi Klasik Regresi	51
	a.	Uji Normalitas Data	51
	b.	Uji Multikolinearitas	52
	c.	Uji Heteroskedastisitas	52
	3	Analisis Regresi Linier Berganda	53
	4	Pengujian Hipotesis	54
	a.	Uji Parsial (Uji t)	54
	b.	Uji Secara Simultan (Uji F)	55
BAB IV		TEMUAN DAN PEMBAHASAN	57
A		Gambaran Umum dan Obyek Riset	57
	1	Gambaran Umum	57
	2	Visi dan Misi	58
	3	Budaya Perusahaan	58
	4	Tujuan Perusahaan	58
	5	Fungsi Perusahaan	59
	6	Struktur Organisasi	59
	7	Produk PT. Bank Sumut	61
	8	Sistem Kerja Bagian Pelayanan	62
B		Deskripsi Responden	64
	1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
	2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	65
	3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
	4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	66
	5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
C		Analisis Statistik Deskripsi	67
	1	Penjelasan Responden atas Variabel Keterandalan (<i>Reliability</i>)	67
	2	Penjelasan Responden atas Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	68
	3	Penjelasan Responden atas Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>)	69
	4	Penjelasan Responden atas Variabel Empati (<i>Empathy</i>)	70
	5	Penjelasan Responden atas Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	72
	6	Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan Nasabah	73
D		Uji Asumsi Klasik Regresi	74
	1	Uji Normalitas	74

2 Uji Multikolinieritas	75
3 Uji Heteroskedastisita	75
E Analisis Regresi Berganda	76
1 Uji Regresi Berganda	76
F Pengujian Hipotesis	78
1 Uji Simultan (Uji F)	78
2 Uji Parsial (Uji t)	79
G Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	81
H Interpretasi Hasil Analisis.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	90
A Simpulan	90
B Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
DAFTAR LAMPIRAN	96

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Model Kesenjangan Kualitas Pelayanan	18
Gambar 2.2	Fungsi Bank	29
Gambar 2.3	Diagram Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang	60
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas	74
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Bank Umum di Indonesia Tahun 2008 sd. Tahun 2011	2
Tabel 1.2	Perkembangan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Sumut Cabang Sidikalang dari Tahun 2008 S.D. 2012 (Rp. Juta)	3
Tabel 1.3	Perkembangan Jumlah Nasabah Pada Bank Sumut Cabang Sidikalang dari Tahun 2008 S.D. 2012 (Rp. Juta)	4
Tabel 2.1	Defenisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.1.	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Reliability</i> /Keterandalan (X1)	46
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Responsiveness</i> /Daya Tanggap (X2)	46
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Assurance</i> /Jaminan (X3) ..	47
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Empaty</i> /Emphaty (X4)	47
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Tangibles</i> /Bukti Fisik (X5)	48
Tabel 3.6.	Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)	48
Tabel 3.7.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen variable	50
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur .	65
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	66
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ...	66
Tabel 4.6.	Penjelasan Responden atas Variabel Keterandalan (<i>Reliability</i>)	65
Tabel 4.7.	Penjelasan Responden atas Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	66
Tabel 4.8.	Penjelasan Responden atas Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>)..	67
Tabel 4.9.	Penjelasan Responden atas Variabel Empati (<i>Empaty</i>)	68
Tabel 4.10.	Penjelasan Responden atas Variabel Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	69
Tabel 4.11.	Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan Nasabah ..	70
Tabel 4.12.	Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.13.	Koefisien Regresi Berganda Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	74
Tabel 4.14.	Hasil Uji Simultan (Uji F)	75
Tabel 4.15.	Hasil Uji Parsial (Uji t)	76
Tabel 4.16.	Koefisien Determinasi	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
01	Kuesioner	96
02	Hasil Pengisian Kuesioner	99
03	Uji Reliabilitas	105
04	Hasil Pengolahan Kuesioner	109

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, di era globalisasi ini persaingan bisnis terus meningkat baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan suatu persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya, yaitu dengan memberikan produk/jasa yang berkualitas, terutama untuk sektor jasa yang sangat tergantung terhadap kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar jasa yang ditawarkan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen.

Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Tumbuh dan berkembangnya bisnis perbankan tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka akan tetapi dapat dilihat dari munculnya produk-produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank seperti memberikan bunga yang tinggi, jaminan kredit, berbagai hadiah, fasilitas *on line*, *phone banking* dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

Meskipun jumlah bank yang beroperasi di Indonesia semakin berkurang sebagai akibat kebijakan pemerintah menutup sejumlah bank pada tahun 1997 dan 1998, namun jumlah bank yang ada masih dapat dikatakan cukup banyak di Indonesia. Menurut data Bank Indonesia perkembangan jumlah bank yang beroperasi di Indonesia selama kurun waktu 8 (delapan) tahun sampai tahun 2011 terakhir adalah seperti tertera pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Bank Umum di Indonesia Tahun 2008 sd Tahun 2011

No.	Jenis Bank	Jumlah Bank/Kantor Bank			
		Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
1.	Bank Persero				
	- Jumlah Bank	5	4	4	4
	- Jumlah Kantor Bank	3.134	3.854	3.854	4.362
2.	Bank Pemerintah Daerah				
	- Jumlah Bank	26	26	26	26
	- Jumlah Kantor Bank	1.310	1.358	1.413	1.472
3.	Bank Swasta Nasional				
	- Jumlah Bank	63	59	67	56
	- Jumlah Kantor Bank	5.490	6.446	7.739	7.098
4.	Bank Umum Syariah				
	- Jumlah Bank	5	6	11	11
	- Jumlah Kantor Bank	581	711	1.215	1.401
5.	Bank Asing dan Campuran				
	- Jumlah Bank	25	26	25	23
	- Jumlah Kantor Bank	353	468	496	464
	- Jumlah Bank	124	121	122	120
	- Jumlah Kantor Bank	10.868	12.837	13.837	14.797

Sumber : Statistik Indonesia 2012.

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa jumlah bank umum yang beroperasi sampai dengan tahun 2011 mengalami sedikit penurunan dibandingkan dengan keadaan tahun 2008 namun dari sisi jumlah kantor bank mengalami peningkatan sebesar 3.929 kantor atau sebesar 26,55 %

Perkembangan persaingan antar bank telah mendorong bank-bank untuk meningkatkan investasi dalam teknologi perbankan. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Pada prakteknya, bank juga memiliki fungsi sebagai lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana.

Perkembangan dana pihak ketiga pada Bank Sumut cabang Sidikalang selama kurun waktu 4 (empat) tahun dari tahun 2008 sampai dengan September 2012 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Perkembangan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Sumut Cabang Sidikalang dari Tahun 2008 S.D. 2012 (Rp. Juta)

Tahun	Giro	Tabungan	Deposito	Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2008	108.479	86.979	7.952	203.410
2009	69.625	104.688	11.877	186.190
2010	83.529	127.116	17.756	228.401
2011	113.857	155.187	25.255	294.299
2012	262.247	146.841	25.266	434.354

Sumber : Bank Sumut Cabang Sidikalang

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat secara total, jumlah dana pihak ketiga yang dikelola oleh Bank Sumut Cabang Sidikalang mengalami kecenderungan peningkatan. Kenaikan jumlah dana pihak ketiga ini dapat menggambarkan perilaku nasabah yang menaruh minat terhadap produk maupun faktor psikis dari konsumen seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, selain

faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan serta pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi.

Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Nasabah Pada Bank Sumut Cabang Sidikalang dari Tahun 2008 S.D. 2012

Tahun	Giro	Tabungan	Deposito	Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2008	688	9.705	151	10.544
2009	760	11.036	156	11.952
2010	710	13.360	161	14.231
2011	663	14.210	168	15.041
2012	588	14.941	176	15.705

Sumber : Bank Sumut Cabang Sidikalang 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang selama 5 tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 jumlah nasabah mengalami peningkatan secara terus-menerus dari 10.544 orang pada tahun 2008 menjadi 11.952 orang pada tahun 2009. Pada tahun 2010 meningkat menjadi 14.231 orang, pada tahun 2011 meningkat menjadi 15.041 orang dan meningkat lagi pada tahun 2012 menjadi sebanyak 15.705 orang.

Dalam perkembangan jumlah nasabah perlu diikuti adanya peningkatan kualitas pelayanan sehingga lebih menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Sidikalang. Kualitas layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Atau dapat juga didefinisikan sebagai

hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan.

Menurut Parasuraman, dkk (Lupiyoadi: 2009) ada lima dimensi kualitas jasa yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pada industri jasa, keandalan (*reliability*) yaitu sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan kepada konsumen, ketanggapan (*responsiveness*) yaitu menekankan kepada sikap diri penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, dan masalah konsumen, jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan keramahan serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan baik sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan dari konsumen, empati (*emphaty*) yaitu kesediaan para karyawan untuk peduli, serta bagaimana karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi guna menumbuhkan rasa keakraban yang positif, berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, fasilitas, petugas, serta materi komunikasi yang disajikan pihak perusahaan untuk melayani para pelanggannya.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan seperti yang tertuang dalam budaya pelayanan yang dirumuskan oleh PT. Bank Sumut yaitu "Memberikan Pelayanan Terbaik", dapat dilihat dari berbagai langkah yang dilakukan. Tampilan gedung baru yang cukup menarik, taman dan tempat parkir yang tertata rapi dan ruangan tunggu yang cukup bersih. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang bila dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Namun disisi lain, berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang terjadi di PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang pada periode tertentu seperti minggu pertama setiap bulannya dimana transaksi gaji pegawai, pembayaran tagihan, terlihat adanya antrian panjang nasabah. Kondisi ini menunjukkan karyawan bank untuk melakukan pelayanan dengan cepat belum handal. Perasaan belum puas atas jawaban pertanyaan-pertanyaan yang diajukan nasabah kepada pihak bank menunjukkan daya tanggap karyawan bank belum tinggi. Nasabah masih merasa kurang puas terhadap keramahan dan pengetahuan karyawan atas produk perbankan. Walaupun ketersediaan formulir yang cukup, ruang tunggu nasabah yang bersih dan nyaman, penampilan karyawan yang rapi, serta tempat parkir yang luas dan aman, namun nasabah masih mengaggap kondisi tersebut hal biasa. Artinya bukti fisik kurang menjadi perhatian nasabah sebagai faktor yang membuat nasabah menjadi puas atas pelayanan bank.

Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah akan berdampak positif pada kesetiaan nasabah terhadap PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Kesetiaan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, adalah wujud nyata dari keberhasilan suatu perusahaan perbankan dalam menjalankan segala kegiatannya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

Berdasarkan fenomena di atas yang didapatkan peneliti dari jawaban nasabah, maka PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan kepada nasabah telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian pihak Bank Sumut Cabang Sidikalang 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 puas.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “ *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SUMUT CABANG SIDIKALANG* ”

B. Perumusan Masalah

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

1. Apakah Kualitas Pelayanan yang meliputi keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?
2. Apakah keterandalan (*reliability*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?

5. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?
6. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang terdiri dari keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang baik secara parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis keterandalan (*reliability*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis jaminan (*assurance*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis empati (*empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperlukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dalam mengukur konsekuensi perilaku yang timbul akibat kualitas pelayanan yang diberikan selama ini terhadap kepuasan nasabah.
2. Bagi akademi, terutama Pasca Sarjana Universitas Terbuka, untuk menambah khasanah penelitian khusus mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pelayanan

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Kasmir (2005) menyatakan bahwa pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Martin (2004) menyatakan bahwa pelanggan cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari 2 (dua) dimensi, yaitu:

1. Dimensi prosedural, yaitu mencakup sistem dan prosedur yang telah tertata guna menyampaikan produk dan atau pelayanan.
2. Dimensi pribadi, yaitu bagaimana penyedia layanan (menggunakan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan) berinteraksi dengan pelanggan.

Menurut Hadinoto (2003) perusahaan yang berhasil bukanlah perusahaan yang mampu memperkenalkan produknya, tetapi justru perusahaan yang berhasil menarik pelanggannya. Dalam dunia perbankan meski harga-harga jasa suatu bank lebih murah dari pada bank lain, belum menjamin bahwa nasabah akan memilih bank tersebut. Bank yang memiliki pelayanan yang baik misalnya ramah tamah, cepat tanggap terhadap nasabah, murah senyum, kenyamanan *banking*

hall, dan kebersihan yang terjaga akan membuat nasabah betah dan pada akhirnya puas.

Pelayanan nasabah bukan sekedar bermaksud melayani, tetapi juga merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Pelayanan nasabah yang baik merupakan bisnis inti bank (*core business*).

Merujuk pada karakteristik pemasaran jasa pada umumnya sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (2009) maka karakteristik pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Tidak berwujud (*Intangible*)

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat dikaitkan dan didukung oleh produk fisik namun esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah *performance* yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya. Jasa bersifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba atau didengar sebelum dibeli. Seseorang tidak dapat melihat hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dimilikinya. Oleh karena itu untuk mengurangi ketidakpastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut. Mereka akan menyimpulkan kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan-bahan komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Kesimpulan yang diambil para pelanggan akan banyak

dipengaruhi oleh atribut-atribut yang digunakan perusahaan jasa, baik atribut yang bersifat objektif dan dapat dikuantitatifkan maupun atribut yang sangat subjektif dan bersifat *perceptual*.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada konsep rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan dan karyawannya. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses jasa. Demikian pula halnya dengan fasilitas pendukung jasa sangat perlu diperhatikan dan pemilihan lokasi yang tepat, dalam artian dekat serta mudah dicapai pelanggan juga perlu dipertimbangkan. Hal ini berlaku untuk jasa, dimana pelanggan yang mendatangi penyedia jasa, maupun sebaliknya penyedia jasa yang mendatangi pelanggan.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena memikat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam menangani pelanggan, dan beban kerja

perusahaan. Pada industri jasa yang bersifat *peopelbased*, komponen manusia yang terlibat jauh lebih banyak dari pada jasa yang bersifat *equipment-based*. Implikasinya adalah bahwa hasil (*outcome*) dari operasi jasa yang bersifat *peopel-based* cenderung kurang terstandarisasi dan searah dibandingkan hasil dari jasa yang bersifat *equipment-based* maupun operasi manufaktur. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas jasa yang sangat tinggi ini dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa. Dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu :

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
 - b. Melakukan standarisasi proses pelayanan jasa (*service-performance process*). Hal ini dilakukan dengan menyiapkan suatu cetak biru (*blueprint*) jasa yang menggambarkan peristiwa dan proses jasa dalam suatu diagram alur, dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa tersebut.
 - c. Memantau kepuasan pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat di deteksi dan dikoreksi.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak (*perishability*) tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan-perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit.

Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya (substitusi dari persediaan jasa) guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan. Dalam hal ini perlu dilakukan analisis terhadap biaya dan pendapatan bila kapasitas ditetapkan terlalu tinggi atau terlampau rendah.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2009) bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kotler dan Keller (2009) mengemukakan atribut *Service Quality* (SERVQUAL) sebagai berikut:

1. Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Misalnya:
 - a. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan.
 - b. Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan.
 - c. Melaksanakan jasa dengan benar pada saat pertama.
 - d. Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan.
 - e. Mempertahankan catatan bebas kesalahan.
 - f. Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.
2. Responsivitas merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.

- a. Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan pelayanan akan dilaksanakan.
 - b. Layanan tepat waktu bagi pelanggan.
 - c. Kesiediaan untuk membantu pelanggan.
 - d. Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan.
3. Jaminan merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
- a. Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan.
 - b. Membantu pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
 - c. Karyawan yang selalu sopan.
4. Empati merupakan kondisi memperhatikan dan memberi perhatian pribadi kepada pelanggan.
- a. Memberi perhatian pribadi kepada pelanggan.
 - b. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
 - c. Mengutamakan kepentingan terbaik bagi pelanggan.
 - d. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.
 - e. Jam bisnis yang nyaman.
5. Wujud merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi.
- a. Peralatan modern.
 - b. Fasilitas yang tampak menarik secara visual.
 - c. Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.
 - d. Bahan-bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual.

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

Menurut Parasuraman,dkk (Lupiyoadi:2009) terdapat lima dimensi *SERVQUAL* yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya) , perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keterandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya

para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

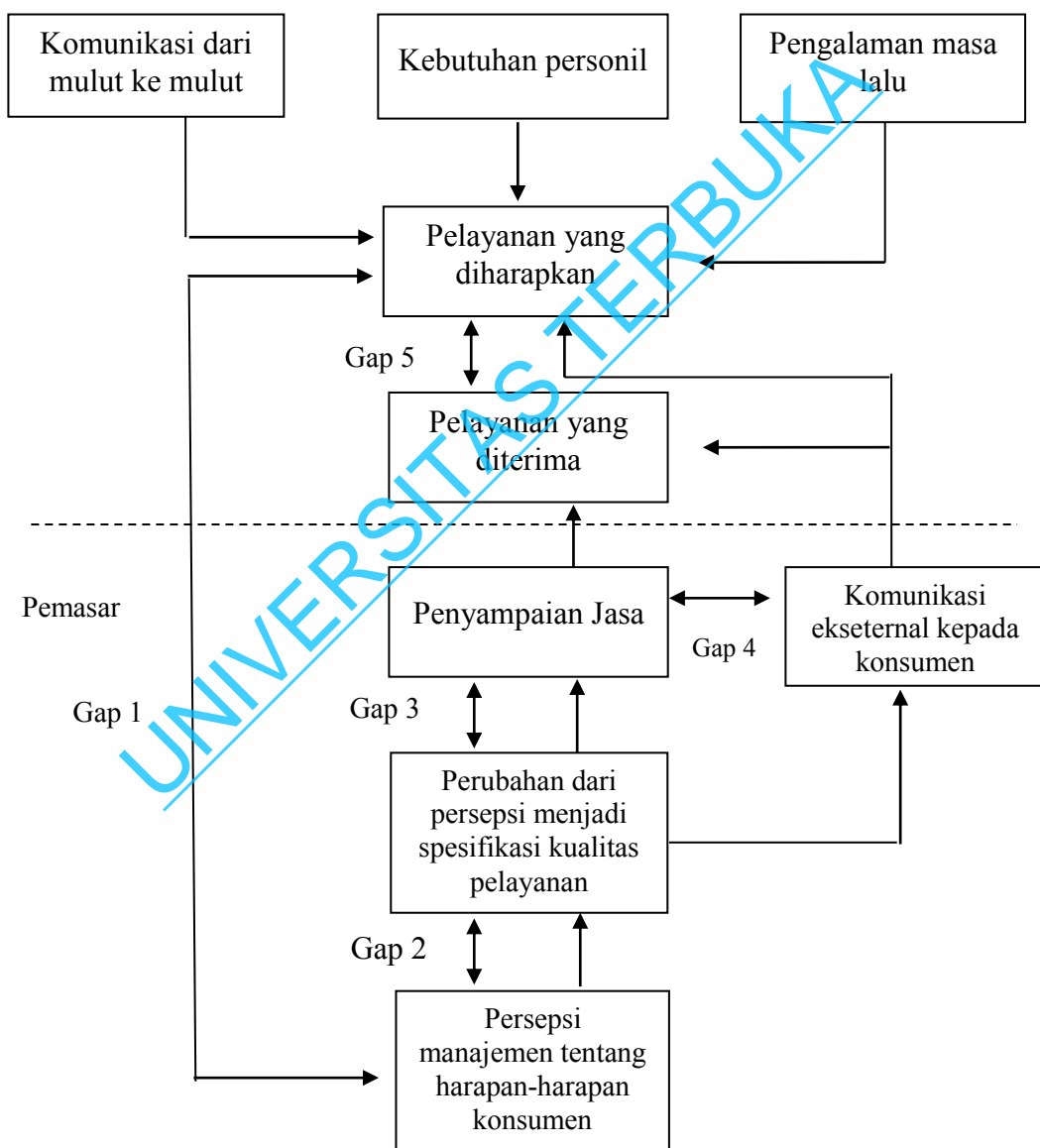
5. Empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011) bahwa pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul, yaitu:

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk di dalamnya memahami tipe-tipe 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 suatu kerangka strategik. Kerangka ini diwujudkan dalam pengembangan relationship marketing.

Oleh karena berbagai faktor seperti subjektivitas si pemberi layanan, keadaan psikologis konsumen maupun pemberi layanan, kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya, jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda yang dipersepsikan oleh konsumen.

Tidak dipungkiri bahwa dalam penyampaian pelayanan, sering terdapat perbedaan antara apa yang sudah ditetapkan dalam *Standard operating Procedure* (SOP) dengan kenyataan di lapangan. Hal ini disebut kesenjangan (gap). Dalam *SERVQUAL* sendiri juga dijelaskan lima gap yang dapat terjadi yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa dapat dilihat pada gambar berikut (Lupiyoadi: 2009) :



Sumber : Parasuraman, dkk (Lupiyoadi: 2009)

Gambar 2.1 . Model Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Lima kesenjangan (gap) yang terjadi karena perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Kesenjangan persepsi manajemen.

Yaitu perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan konsumen, komunikasi dari atas ke bawah kurang memadai, serta terlalu banyak tingkat manajemen.

2. Kesenjangan spesifikasi kualitas.

Yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak memadainya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan penyampaian jasa.

Yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*) kesenjangan ini terutama disebabkan oleh: ambiguitas peran, konflik peran, kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai, sistem pengendalian dari atasan yaitu sistem penilaian dan sistem imbalan, *perceived control*, yaitu sejauhmana pegawai merasakan kebebasan, atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan, *team work* yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama.

4. Kesenjangan komunikasi pemasaran.

Yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan.

Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh konsumen. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Jadi dapat dikatakan kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih menekankan aspek kepuasan konsumen yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa tergantung dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka setiap perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (nasabah) tergantung oleh persepsi, harapan dan pengalaman konsumen (nasabah) selama menggunakan produk atau jasa perusahaan. Penilaian tentang kepuasan secara menyeluruh tidak hanya terfokus pada produk perusahaan namun juga pelayanan yang diterima nasabah. Tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan secara menyeluruh. Namun tentu saja setiap perusahaan perbankan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan nasabah dengan memperbaiki kualitas pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Kasmir (2010) bahwa kepuasan adalah nasabah akan merasa sangat puas apabila komponen kepuasan tersebut bias terpenuhi secara lengkap.

Menurut Oliver dalam Supranto (2006) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2009) mendefinisikan kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan anatar awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

Apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka dua keuntungan yang terima bank, yaitu :

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari kebank lain) atau dengan kata lain nasabah akan loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti dikemukakan Richens yang mengatakan “kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut kemulut. Artinya kepuasan nasabah tersebut akan dengan cepat menular kepada nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru (Kasmir: 2010).

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Berikut ini ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan :

1. Memiliki karyawan yang professional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
 2. Tersediannya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran produk kepelanggan secara cepat dan tepat waktu.
 3. Tersediannya ragam produk yang diinginkan, artinya nasabah sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
 4. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
- Dalam hal ini karyawan melayani pelanggan sampai tuntas

5. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
6. Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
7. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan dan kamar bagi tamu hotel atau hal-hal lainnya.
8. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.

4. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2003), faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2001), ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan, yaitu :

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk

dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2011) Tidak ada satu pun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak enam konsep inti mengenai objek pengukuran:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama; Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan yang bersangkutan. Kedua; Menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama; Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua; Meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan

item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan kepada pelanggan. Ketiga; Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama dan Keempat; Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung. Namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian dan ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada jumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian seperti pembelian mobil, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis atau ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: a) *Komplain*, b) *return* atau pengembalian produk, c) biaya garansi, d) Penarikan kembali produk dari

pasar (*product recall*), dan e) pelanggan yang beralih ke pesaing (*defection*).

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program kualitas pelayanan, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Colgate dan Danaher dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009), juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik. Implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Dan sebaliknya, implementasi strategi yang dikategorikan terburuk akan menurunkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran relasional yang dilakukan.

Tjiptono (2011) mengemukakan kualitas jasa/layanan superior telah banyak dimanfaatkan sebagai strategi bersaing berbagai organisasi. Pada prinsipnya, konsistensi dan superioritas kualitas jasa berpotensi menciptakan

kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan sejumlah manfaat seperti:

1. Terjadi relasi saling menguntungkan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggan.
2. Terbuka peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, cross-selling, dan up-selling.
3. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk.
4. Terjadinya komunikasi gethok tular positif yang berpotensi menarik pelanggan baru.
5. Persepsi pelanggan dan publik terhadap reputasi perusahaan semakin menarik positif.
6. Laba yang diperoleh bisa meningkat.

7. Pengertian Bank

Dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Menurut Kasmir, (2003) bank diartikan :

“sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”.

Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maksudnya bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang adalah untuk keamanan

uangnya, tujuan kedua adalah untuk melakukan investasi dengan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Tujuan lainnya untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran.

2. Menyalurkan dana ke masyarakat, maksudnya adalah bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah seperti kredit investasi, kredit modal kerja dan kredit perdagangan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya, seperti pengiriman uang (transfer), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (clearing), penagihan surat-surat yang berasal dari luar kota dan luar negeri (inkaso), letter of credit (L/C), safe deposit box, bank garansi, bank notes, travellers cheque dan jasa lainnya.

8. Fungsi dan Peranan Bank

Menurut Saladin, (1996) sebagai badan usaha, bank memiliki 5 fungsi, yaitu:

1. Menciptakan Uang Giral.
2. Memberikan Pelayanan Penyimpanan.
3. Memberikan Jasa-jasa Pembayaran.
4. Menghimpun Tabungan dan menanamkannya.
5. Memberikan jasa-jasa lainnya.

Pelaksanaan fungsi-fungsi perbankan tersebut dimaksudkan untuk tercapainya tujuan perbankan Indonesia yaitu menunjang pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Secara ringkas fungsi bank sebagai perantara keuangan dapat dilihat dalam Gambar 2.1 berikut ini:



Sumber: Kasmir, (2003)

Gambar 2.2. Fungsi Bank

Arus perputaran uang yang ada di bank dari masyarakat kembali ke masyarakat, di mana sebagai 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 oleh 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 jasa bunga tergantung dari besar kecilnya dana yang disimpan dan faktor lainnya.
3. Kemudian oleh bank dana yang disimpan oleh nasabah di bank yang bersangkutan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit.
4. Bagi masyarakat yang memperoleh kredit, diwajibkan untuk mengembalikan pinjaman serta bunga yang telah ditetapkan sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah. Bank memperoleh keuntungan dari selisih bunga yang diberikan kepada penyimpanan (bunga simpanan) dengan bunga yang diterima dari peminjam (bunga kredit). Keuntungan ini dikenal dengan istilah *Spread Based*. Di samping keuntungan yang

diperoleh dari *spread based*, bank juga memperoleh keuntungan dari kegiatan jasa-jasa bank lainnya, seperti: biaya kirim, biaya tagih, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya iuran, biaya sewa dan biaya lainnya. Keuntungan dari pungutan biaya-biaya ini dikenal dengan nama istilah *fee based*.

9. Jasa-Jasa Perbankan

Jasa-jasa perbankan sesuai dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah penyedia produk sebagai berikut:

1. Giro, adalah simpanan yang penarikan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek dan bilyet giro, sarana pembayaran lainnya dan pemindahbukuan.
2. Sertifikat Deposito, adalah simpanan dalam bentuk deposito dengan Sertifikat Deposito sebagai bukti penyimpanannya dan dapat dipindahtangankan.
3. Tabungan, merupakan sumber dana yang berasal dari masyarakat luas, adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.
4. Surat Berharga, adalah surat pengakuan utang, wesel, saham, obligasi, sekuritas atau setiap derivatifnya atau kepentingan lain atau suatu kewajiban dari penerbit dalam bentuk yang lazim diperdagangkan dalam pasar modal dan pasar uang.
5. Kredit, adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk

melunasi pinjamannya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

6. Pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah (aturan yang berdasarkan Hukum Islam), adalah kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

2. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sipahutar (2000) menyatakan bahwa kualitas jasa ditentukan dalam *dimensi tangible, reliability, assurance, responsiveness* dan *empathy*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 106 nasabah Bank BNI Cabang Bandung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas jasa dan *features* Taplus secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. (2) Tingkat kepuasan minimal terhadap kualitas jasa dan *features* Taplus adalah 47,50% dan tingkat kepuasan maksimal adalah 89,00%. (3) Tingkat kepuasan paling rendah terdapat pada variabel *tangible* 70,62% sedangkan tingkat kepuasan paling tinggi terdapat pada variabel *prize* dengan rata-rata 83,21%.

Windarti (2012) melakukan penelitian pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang. Kualitas jasa ditentukan dalam 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Berdasarkan uji simultan (uji F) yang bahwa korelasi atau hubungan antara variabel, variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah.

B. Kerangka Berpikir

Persaingan antar bank yang semakin tajam dan berkembangnya fasilitas yang ditawarkan bank, telah membawa perubahan dalam memperkenalkan jasa-jasa perbankan dalam usaha untuk memperoleh nasabah potensial yang baru dan mempertahankan nasabah yang lama.

Pelayanan yang terbaik merupakan hal yang mutlak diperlukan bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perbankan. Baik atau buruknya penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan tergantung pada perbankan dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya secara konsisten dan terus-menerus.

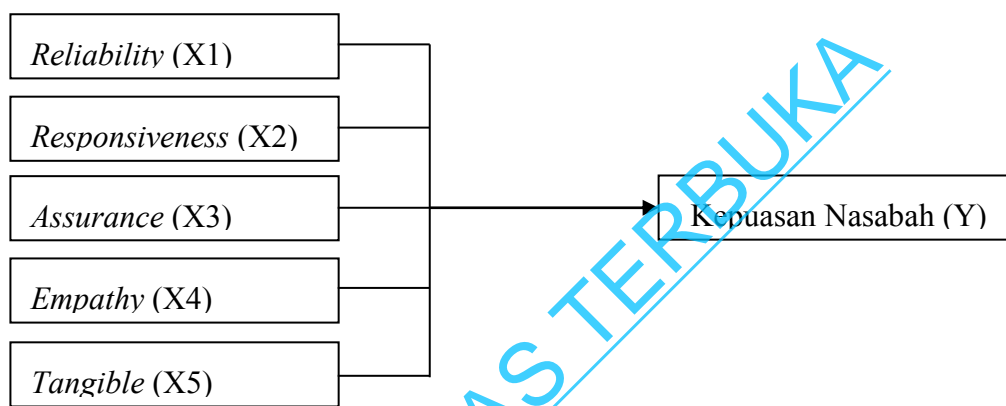
Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya mengimbangi harapan nasabah. Dalam perkembangan untuk menilai kualitas suatu pelayanan dalam riset pemasaran digunakan suatu model yang dikenal model *SERVQUAL*, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono: 2011) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi : keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Kotler dan Keller (2009) mengemukakan kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2009) jika pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik

terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas (*dissatisfied*). Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk.

Berdasarkan uraian di atas, berikut ini dikemukakan kerangka pemikiran yang diajukan dalam penelitian ini yang berfungsi sebagai penuntun sekaligus mencerminkan alur berpikir dan merupakan dasar bagi perumusan hipotesis, seperti dapat terlihat pada Gambar 2.3. berikut ini.



Gambar 2.3. Diagram Kerangka Berfikir

C. Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pikir yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian adalah

1. Kualitas pelayanan yang terdiri dari keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empaty (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan pada nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
2. Keterandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

3. Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
4. Empaty (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
5. Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
6. Bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

D. Defenisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan adalah variabel bebas (*independent*) yang dinotasikan dengan X yakni kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) dan variabel tergantung (*dependent*) yang dinotasikan dengan Y yakni kepuasan pelanggan. Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. *Reliability*/Keterandalan (X_1) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, diukur dengan tiga indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.
 - 2) Karyawan Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu.
 - 3) Karyawan Bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan.
2. *Responsiveness*/Daya tanggap (X_2) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, diukur dengan empat indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan Bank selalu bersedia menjawab pertanyaan nasabah.
 - 2) Karyawan Bank melakukan transaksi dengan cepat.

- 3) Karyawan Bank tanggap dalam menangani keluhan nasabah.
 - 4) Karyawan Bank memberikan pelayanan dengan cepat.
3. *Assurance*/Jaminan (X_3) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, diukur dengan empat indikator, yaitu:
- 1) Nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan bank.
 - 2) Karyawan Bank selalu bersikap ramah kepada nasabah.
 - 3) Karyawan Bank memiliki pengetahuan tentang Produk Bank.
 - 4) Karyawan Bank mampu menjawab pertanyaan nasabah
4. *Empathy*/Empati (X_4) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, diukur dengan lima indikator, yaitu:
- 1) Nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank.
 - 2) Bank selalu memberi informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.
 - 3) Dalam memberi pelayanan, karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah.
 - 4) Karyawan bank berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah.
 - 5) Bank memiliki jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.
5. *Tangibles*/Bukti fisik (X_5) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan

lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, diukur dengan enam indikator, yaitu:

- 1) Ruang tunggu bank bersih dan nyaman dan peralatan yang modern.
 - 2) Karyawan bank memiliki penampilan yang rapi.
 - 3) Jenis formulir tersedia dan nasabah tidak mengalami kesulitan mengisinya.
 - 4) ATM selalu dalam keadaan siap 24 jam.
 - 5) Sarana Toilet yang bersih
 - 6) Tempat parkir yang aman bagi kendaraan nasabah
6. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa Bank Sumut Cabang Sidikalang merupakan variabel dependen yaitu perasaan senang nasabah setelah menerima kinerja pelayanan yang melebihi harapan, diukur dengan tiga indikator, yaitu:
- 1) Layanan yang diberikan Bank sesuai dengan harapan nasabah.
 - 2) Nasabah merasa senang mendapatkan pelayanan di Bank Sumut.
 - 3) Manfaat yang diterima secara menyeluruh sangat memuaskan.

Secara ringkas operasional variabel dapat dilihat dari tabel ini.

Tabel 2.1. Defenisi Operasional Variabel.

Varibel Penelitian	Defenisi variabel	INDIKATOR	Skala Pengukuran
Reliability/ Keterandalan (X ₁)	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan. 2. Karyawan Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu. 3. Karyawan Bank tidak membuat kesalahan dalam pelayanan. 	SKALA ORDINAL
<i>Responsiveness/</i> Daya tanggap (X ₂)	Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>responsif</i>) dan tepat kepada kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan bank selalu bersedia meniajawab pertanyaan nasabah. 2. Karyawan bank melakukan transaksi dengan cepat. 3. Karyawan bank tanggap dalam menangani keluhan nasabah. 4. Karyawan Bank memberikan pelayanan dengan cepat. 	SKALA ORDINAL
<i>Assurance/Jaminan</i> (X ₃)	Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan bank. 2. Karyawan bank selalu bersikap ramah kepada nasabah. 3. Karyawan bank memiliki pengetahuan tentang Produk Bank. 4. Karyawan Bank mampu menjawab pertanyaan nasabah. 	SKALA ORDINAL

Tabel 2.1. Defenisi Operasional Variabel (sambungan.....)

Varibel Penelitian	Defenisi variabel	INDIKATOR	Skala Pengukuran
<i>Empathy</i> /Empati (X ₄)	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah merasa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank. 2. Bank selalu memberi informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya. 3. Dalam memberi pelayanan, karyawan bank tidak lupa menyebut nama nasabah. 4. Karyawan bank berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah. 5. Bank memiliki jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. 	SKALA ORDINAL
<i>Tangibles</i> /Bukti fisik (X ₅)	Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang tunggu bank bersih dan nyaman dan peralatan yang modern. 2. Karyawan bank memiliki penampilan yang rapi. 3. Jenis formulir tersedia dan nasabah tidak mengalami kesulitan mengisinya. 4. ATM selalu dalam keadaan siap 24 jam. 5. Sarana Toilet yang bersih 6. Tempat parkir yang aman bagi kendaraan nasabah 	SKALA ORDINAL
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan senang nasabah setelah menerima kinerja pelayanan yang melebihi harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan yang diberikan Bank sesuai dengan harapan nasabah. 2. Nasabah merasa senang mendapatkan pelayanan di Bank Sumut. 3. Manfaat yang diterima secara menyeluruh sangat memuaskan. 	SKALA ORDINAL

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Disain 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 Bank Sumut Cabang Sidikalang.

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

Sesuai dengan tujuan penelitian mengetahui dan menganalisis sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumut Cabang Sidikalang, maka penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif yakni penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian deskriptif yang mengkaji variabel yang banyak pada jumlah unit yang kecil dikelompokkan menjadi penelitian deskriptif dengan metode studi kasus. Sejalan dengan hal itu maka penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode studi kasus.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya (Kuncoro,

2001:22). Dalam penelitian ini populasi dimaksudkan adalah nasabah tabungan Bank Sumut Cabang Sidikalang kondisi Februari 2013. Penentuan besarnya sampel digunakan pendekatan Slovin (Umar, 2008) sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kelonggaran kesalahan dalam pengambilan sampel (10%)

Jumlah populasi (nasabah Bank Sumut Cabang Sidikalang) pada bulan Februari 2013 adalah sebanyak 15.690 orang, maka besarnya sampel dalam penelitian ini dengan tingkat kelonggaran dalam pengambilan sampel sebesar 10 % adalah sebanyak 100 orang nasabah.

Teknik sampling yang peneliti gunakan untuk penelitian ini adalah *Sampling Aksidental* dimana menurut Sugiono (2004:73) bahwa :

“Sampling aksidental teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data.”

Pengambilan jumlah sampel didasarkan pada sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti itu cocok sebagai sumber data. Kuesioner diberikan kepada nasabah yang datang dengan ketentuan telah menjadi nasabah Bank Sumut Cabang Sidikalang.

C. Instrumen Penelitian

1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel adalah dengan menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2006) 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 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 (J. Supranto, 2011)

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 nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang berdasarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert di atas maka akan diketahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Sumut Cabang Sidikalang.

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

D. Prosedur Pengumpulan Data

1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor PT. Bank Sumut Sidikalang yang beralamat Alamat : Jl. Sisingamangaraja No. 172 Sidikalang Kabupaten Dairi.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang adalah selama bulan April sampai dengan Mei 2013.

2. Prosedur 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. Daftar pertanyaan (kuesioner), yaitu dengan memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden tentang tanggapannya terhadap kualitas pelayanan Bank Sumut Cabang Sidikalang. Untuk data variabel X penulis memperolehnya melalui kuesioner yang dibagikan kepada para responden dimana jawaban dari responden itu diberi skor 1 sampai 5 untuk masing-masing jawaban. Kumpulan dari skor nilai itulah yang akan dijadikan data untuk dilakukan pengujian statistik. Untuk data variabel Y penulis memperolehnya melalui kuesioner mengenai kualitas pelayanan prima. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mendapatkan informasi dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau kuesioner yang ditujukan kepada nasabah Bank Sumut yang ditemui pada saat nasabah melakukan transaksi di PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
3. Dokumentasi merupakan laporan tahunan dari PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. 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). Cooper dan Schindler (2006) 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) mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-Tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) dengan taraf signifikan 5% maka angka kritik untuk uji validitas pada penelitian adalah 0,3610. 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 for Windows.

Berikut hasil pengujian validitas instrumen penelitian untuk masing-masing variable yang diteliti.

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Instrumen *Reliability*/Keterandalan (X1)

No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.	0,598	0,3610	Valid
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang menyelesaikan pelayanan tepat waktu.	0,645	0,3610	Valid
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak membuat kesalahan dalam pelayanan.	0,530	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.1. menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan untuk variabel *Reliability* (Keterandalan) seluruhnya lebih besar dari nilai r Tabel 0,3610, maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Instrumen *Responsiveness*/Daya Tanggap (X2)

No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersedia menjawab pertanyaan saya (nasabah)	0.695	0,3610	Valid
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang melakukan transaksi dengan cepat.	0,591	0,3610	Valid
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tanggap dalam menangani keluhan (saya) nasabah	0,817	0,3610	Valid
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memberikan informasi pelayanan dengan cepat.	0,515	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.2. menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan untuk variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) seluruhnya lebih besar dari nilai r Tabel 0,3610 maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Assurance/Jaminan (X3)

No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Saya (nasabah) merasa aman melakukan transaksi dengan Bank Sumut Cabang Sidikalang.	0,587	0,3610	Valid
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersikap ramah kepada saya (nasabah).	0,597	0,3610	Valid
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki pengetahuan tentang Produk Bank Sumut.	0,583	0,3610	Valid
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang mampu menjawab pertanyaan saya (nasabah).	0,662	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.3. menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan untuk variabel *Assurance* (Jaminan) seluruhnya lebih besar dari nilai *r* Tabel 0,3610 maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Instrumen Empaty/Emphaty (X4)

No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Saya (nasabah) merasa kepentingan saya lebih diutamakan oleh Bank Sumut Cabang Sidikalang.	0,571	0,3610	Valid
2.	Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memberi informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.	0,482	0,3610	Valid
3.	Dalam memberi pelayanan, karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak lupa menyebut nama saya (nasabah).	0,613	0,3610	Valid
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya (nasabah) hadapi.	0,499	0,3610	Valid
5.	Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan saya (nasabah).	0,745	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.4. menunjukkan bahwa nilai Corrected Item-Total Correlation pada setiap butir pertanyaan untuk variabel *Empaty* (Emphati) seluruhnya lebih besar dari nilai r Tabel 0,3610 maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Instrumen *Tangibles*/Bukti Fisik (X5)

No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Ruang tunggu Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih dan nyaman dan peralatan yang modern.	0,486	0,3610	Valid
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki penampilan yang rapi.	0,729	0,3610	Valid
3.	Jenis formulir tersedia dan saya (nasabah) tidak mengalami kesulitan mengisinya.	0,584	0,3610	Valid
4.	ATM Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu dalam keadaan siap 24 jam.	0,702	0,3610	Valid
5.	Sarana toilet Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih.	0,680	0,3610	Valid
6.	Tempat parkir Bank Sumut Cabang Sidikalang aman bagi kendaraan saya (nasabah).	0,487	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.5. menunjukkan bahwa nilai Corrected Item-Total Correlation pada setiap butir pertanyaan untuk variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) seluruhnya lebih besar dari nilai r Tabel 0,3610, maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)

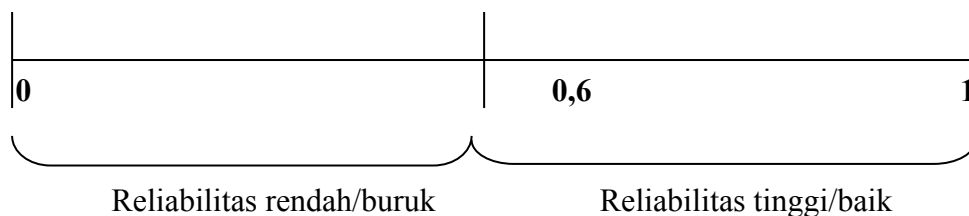
No.	Indikator Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
1.	Layanan yang diberikan Bank Sumut Cabang Sidikalang sesuai dengan harapan saya (nasabah).	0,609	0,3610	Valid
2.	Saya (nasabah) merasa senang mendapatkan pelayanan di Bank Sumut.	0,664	0,3610	Valid
3.	Manfaat yang saya (nasabah) terima secara menyeluruh sangat memuaskan.	0,656	0,3610	Valid

Dari Tabel 3.6. menunjukkan bahwa nilai Corrected Item-Total Correlation pada setiap butir pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah seluruhnya lebih besar dari nilai r Tabel 0,3610, maka berarti memenuhi persyaratan validitas.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk melihat apakah rangkaian kuesioner yang dipergunakan untuk mengukur suatu konstruk tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Sekaran (2006) 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 (2004) 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 $>0,60$ (Ghozali: 2009). Interpretasi reliabilitas bisa juga menggunakan pertimbangan gambar di bawah ini



Ghozali (2009) 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* (α). 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 *Cronbach's Alpha* adalah :

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

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas cronba alpha

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

σt^2 = total varians

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

Hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel dapat dilihat pada Tabel 3.7. berikut:

Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen variabel

No.	Instrumen Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Reliabel	Keterangan
1.	<i>Reliability</i> (Keterandalan)	0,760	0,60	Reliabel
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	0,822	0,60	Reliabel
3.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,791	0,60	Reliabel
4.	<i>Empaty</i> (Emphati)	0,797	0,60	Reliabel
5.	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	0,831	0,60	Reliabel
6.	Kepuasan Nasabah	0,790	0,60	Reliabel

Dari Table 3.7. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap instrumen penelitian variabel pada penelitian memiliki nilai > 0,60 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen *Reliability*

(Keterandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empaty* (Emphati), *Tangibles* (Bukti Langsung), Kepuasan Nasabah adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik Regresi

Untuk memenuhi bentuk model regresi yang dapat dipertanggungjawabkan, terdapat beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi, yakni antar variabel bebas saling berkorelasi tinggi (bebas dari multikolinearitas), bersifat homoskedastisitas atau memiliki *varians error* yang konstan untuk tiap-tiap variabel bebas, bebas dari gangguan autokorelasi, berdistribusi normal.

Tetapi dalam prakteknya, bisa saja ditemukan suatu model regresi yang tidak memenuhi satu atau beberapa asumsi diatas. Apabila masalah diatas ditemukan, maka perlu dilakukan suatu generalisasi terhadap model tersebut agar hasil estimasinya dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Untuk menghasilkan model yang baik, persamaan regresi linear harus dilakukan beberapa uji asumsi klasik, diantaranya :

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji t dan uji F diasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ghozali (2009) menyatakan bahwa, ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Sugiyono (2005), bahwa "Model yang paling baik adalah apabila datanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas."

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Menurut Ghozali (2009) bahwa; jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, jika nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10 berarti terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan variasi residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standardized delete residual* nilai tersebut. Heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada grafik. Jika pola titik-titik yang terbentuk membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas

pada model regresi. Sebaliknya, jika tidak terbentuk pola yang jelas dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Ghozali, 2009).

3. Analisis Regresi Linier 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 keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) 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

X₁ = Keterandalan (*reliability*)

X₂ = Daya tanggap (*responsiveness*)

X₄ = Jaminan (*assurance*)

X₃ = Empathi (*empathy*)

X₅ = Bukti Fisik (*tangible*)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien regresi

ε = Faktor error

Metode Ols dibangun menggunakan beberapa asumsi, antara lain :

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

4. 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 :

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor dimensi kualitas pelayanan keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) dengan kepuasan nasabah secara individual. Menurut Djarwanto dan Pangestu S. (1993) langkah-langkah untuk uji parsial

adalah sebagai berikut:

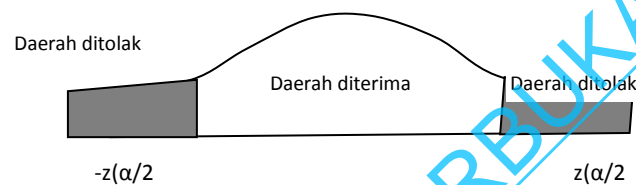
1. Menentukan hipotesa nihil dan hipotesa alternatif

$H_0 : \beta = 0$: 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 $-z(\alpha/2) \leq z \leq z(\alpha/2)$

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi kualitas pelayanan keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) dengan kepuasan nasabah secara bersamaan.

Menurut Djarwanto dan Pangestu, S (1993) langkah-langkah 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.

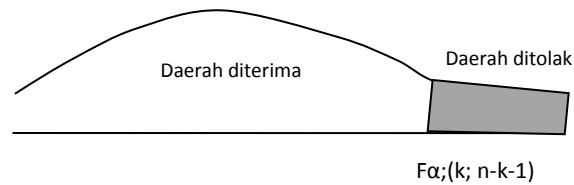
$H_a : \beta \neq 0$: Secara signifikan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

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

3. Kriteria pengujian (*role of test*)

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

Ho 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.

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Riset

1. Gambaran Umum

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 4 Nopember 1961 dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan sebutan (*call name*) BPDSU. Pada tahun 1962 berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat 1 Sumatera Utara Nomor 5 Tahun 1965. Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 juta dan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara. Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan Peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No.2 Tahun 1999, bentuk badan hukum dirubah kembali menjadi Perseroan Terbatas dengan sebutan (*call name*) Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam Akte Pendirian Alina Hanum Nasution SH, dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dibawah Nomor C-8224 HT.01.01 TH 99, serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 54 tanggal 6 Juli 1999. Modal dasar pada saat itu ditetapkan sebesar Rp.400 Miliar. Dan karena pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka pada tanggal 15 Desember 1999 melalui Akta No. 31, modal dasar ditingkatkan menjadi Rp. 1 Trilyun.

PT. Bank Sumut merupakan Bank Non Devisa yang berpusat dan kantor Cabang Utama di Jalan Imam Bonjol No. 18 Medan. Pada tahun 2004 PT. Bank Sumut membuka unit Usaha Syariah yang telah mendapat izin dari Bank Indonesia Cabang Medan dengan No.6/142/DPIP/Prz/Medan tanggal 18 Oktober 2004. Sampai akhir tahun 2011 PT. Bank Sumut telah memiliki 35 Kantor Cabang

(30 Konvensional, 5 Syariah), 118 Kantor Cabang Pembantu (101 Konvensional, 17 Syariah), 11 Kantor Kas, 19 Kas Mobil, 36 Payment Point, 187 unit ATM.

2. Visi dan Misi

Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang merangsang orang untuk berfikir, memahami dan menggunakan energinya untuk merealisasikannya. visi menimbulkan perasaan bangga bagi setiap organisasi. Adapun yang menjadi visi Bank Sumut adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Misi adalah serangkaian langkah yang bertujuan untuk mencapai sasaran jangka pendek organisasi. Misi Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.

3. Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan memberi karakter khas PT. Bank Sumut dan menjadi salah satu penentu daya saing perusahaan ke depan. Budaya perusahaan PT. Bank Sumut adalah memberikan pelayanan terbaik. Artinya PT. Bank Sumut sangat mengutamakan nasabah dalam menjalankan kegiatannya.

4. Tujuan Perusahaan

Tujuan bank sumut antara lain :

1. Menghasilkan laba
2. Meningkatkan pertumbuhan daerah di berbagai sektor
3. Meningkatkan taraf hidup rakyat

4. Memenuhi fungsi sosial dengan penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat
5. Menyediakan produk dan layanan yang kompetitif

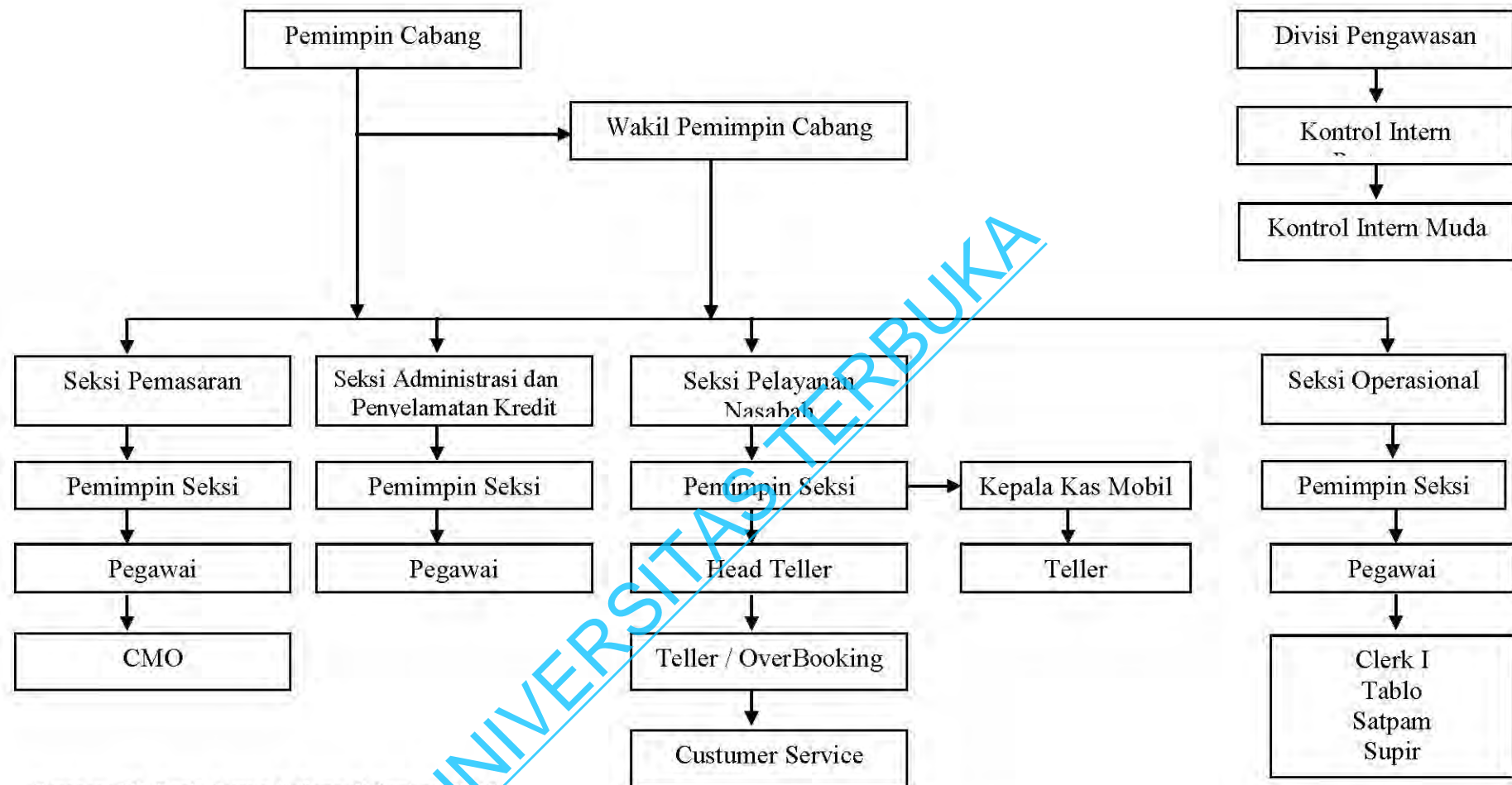
5. Fungsi Perusahaan

Sebagai alat kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan, PT. Bank Sumut berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah yang melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai Bank umum seperti dimaksudkan pada undang-undang nomor 7 tahun 1992, tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998.

6. Struktur Organisasi

Hubungan dan kerjasama dalam organisasi dituangkan dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi adalah merupakan bagan yang memberikan gambaran secara skematis tentang penetapan dan pembagian pekerjaan yang harus dilakukan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan serta menetapkan hubungan antara unsur organisasi secara jelas dan terperinci.

Bagan struktur organisasi Bank Sumut Cabang Sidikalang dapat dilihat pada Gambar 4.1. Uraian tugas, wewenang, dan tanggungjawab pihak manajemen Bank Sumut Cabang Pembantu Lima Puluh dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, 2013

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang

7. Produk PT. Bank Sumut

Produk yang disediakan oleh Bank Sumut dalam melayani para kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Produk Dana

A. Simpanan Giro Manfaat

- 1) Dana anda akan tersimpan dengan aman
- 2) b. Cek/Bilyet Giro bank sumut dapat diterima dimana saja

B. Tabungan Simpeda

Berhadiah dan diundi 2 x setahun Pajak Undian 25% ditanggung pemenang hadiah uang dengan total Rp 1 Milyar yang diperebutkan oleh penabung tabungan simpeda pada BPD se Indonesia

C. Tabungan Martabe

Perlindungan asuransi jiwa, Bebas biaya premi asuransi, Kartu ATM, Berhadiah dan di undi 2x setahun.

D. Tabungan Haji Makkah

Perlindungan asuransi Jiwa, Bebas biaya premi asuransi

E. Deposito Berjangka

- 1) Deposito Anda dapat digunakan sebagai angunan kredit
- 2) Suku bunga bersaing
- 3) Jangka waktu yang bersaing yaitu 1,3,6,12, dan 24 bulan

F. Sertifikat Deposito

- 1) Suku bunga bersaing
- 2) Dana Anda tersimpan dengan aman
- 3) Deposito Anda dapat digunakan sebagai angunan kredit

Dapat diperpanjang otomatis (Automatic Roll Over (ARO))

2. Produk Kredit

Produk kredit yang ditawarkan oleh Bank Sumut adalah sebagai berikut:

- A. Kredit Rekening Koran (KRR)
- B. Kredit SPK
- C. Kredit Pensiunan
- D. Kredit Angsuran Lainnya (KAL)
- E. Kredit Multi Guna (KMG)
- F. Kredit Peduli Usaha Mikro (KPUM)
- G. Kredit Program Pemerintah
- H. Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)
- I. KPRS Bersubsidi
- J. Kredit Konstruksi
- K. Kredit Kepemilikan Sepeda Motor
- L. Kredit Investasi
- M. Kredit Sindikasi
- N. Kredit Modal Kerja
- O. Kredit Peduli Usaha Mikro – Sumut Sejahtera I
- P. Kredit Peduli Usaha Mikro – Sumut Sejahtera II

8. Sistem Kerja Bagian Pelayanan

Proses yang terjadi pada Bank Sumut adalah berupa proses pelayanan kepada para nasabah yang dalam hal ini merupakan konsumen dari usaha perbankan ini. Proses pelayanan yang dilakukan pada umumnya adalah proses-proses internal yang bersifat rutinitas yang terjadi seperti pelaporan keuangan, pembukuan, pembukaan rekening baru, dan lain sebagainya.

Dalam melayani nasabah, PT. Bank Sumut menganut motto memberikan pelayanan terbaik. Hal ini lebih disebabkan karena persaingan dalam dunia perbankan yang semakin tinggi, sehingga setiap bank berusaha memberikan pelayanan semudah dan secepat mungkin serta dengan beberapa tawaran dan promosi berupa hadiah-hadiah bagi konsumennya.

Salah satu transaksi perbankan yang dilakukan nasabah pada bagian pelayanan yaitu pembukaan tabungan. Proses pembukaan tabungan dimulai oleh nasabah dengan mengisi form pembukaan dan form specimen. Petugas pada Seksi Pelayanan nasabah pelayanan akan melakukan pengecekan persyaratan seperti KTP, Passport, SIM, dan lain-lain. Nasabah juga diwajibkan melakukan setoran awal minimum sebesar Rp. 50.000,-. Setelah semuanya diverifikasi, data diproses dan dimasukkan ke dalam database. Fisik dari database tersebut adalah tabungan dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Nasabah melakukan setoran awal yang diproses di bagian Teller. Teller mengecek kelengkapan pengisian voucher dan menghitung uang, kemudian dilakukan pemrosesan. Lalu nasabah diberikan Personal Identification Number (PIN) untuk mengaktifkan kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Selain pembukaan rekening tabungan, transaksi perbankan yang biasa dilakukan pada Seksi Pelayanan nasabah yaitu penarikan tunai. Proses yang dilakukan bila nasabah melakukan penarikan tunai pertama sekali adalah nasabah akan mengisi slip penarikan. Selanjutnya dicek kelengkapannya, lalu disetujui dan, kemudian penghitungan uang oleh teller, dan kembali kepada nasabah. Sama halnya proses yang terjadi ketika seorang nasabah melakukan transaksi perbankan berupa penyetoran tunai.

B. Deskripsi Responden

Sebelum dilakukan pengolahan data dan penyajian hasil penelitian, terlebih dahulu secara ringkas akan dideskripsikan karakteristik responden. Responden pada penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang yang terdiri dari nasabah Giro, Deposito dan Tabungan.

Sebelum melakukan analisa, terlebih dahulu akan dikemukakan gambaran karakteristik responden yang digunakan untuk memperkuat dan melengkapi analisa.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	47	47 %
2.	Perempuan	53	53 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Dari Tabel 4.1. terlihat bahwa 53 % responden adalah perempuan dan 47 % adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan pada umumnya mengelola keuangan dan mengurus keperluan rumah tangga seperti pembayaran rekening telepon, listrik maupun mengirim biaya sekolah anak. Kondisi tersebut mengakibatkan perempuan lebih sering mengunjungi bank untuk menggunakan jasa bank baik untuk pembayaran rekening tagihan maupun transfer biaya sekolah anak.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Kelompok Umur	Jumlah Responden	Persentase
1.	Dibawah 25 tahun	17	17 %
2.	25 tahun – 45 tahun	39	39 %
3.	45 tahun keatas	44	44 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Dari Tabel 4.2 menunjukkan bahwa 44 % responden berumur 45 tahun ke atas. Kelompok umur ini lebih dominan dibandingkan kelompok umur lainnya. Kelompok umur ini tergolong umur produktif dimana sudah mempunyai penghasilan lebih yang dapat ditabung dan pada umumnya sudah mempunyai tanggungan anak yang bersekolah di luar wilayah, sehingga aktivitas menggunakan jasa bank relatif tinggi.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
1.	SLTP kebawah	23	23 %
2.	SLTA/SMK	39	39 %
3.	S1 keatas	38	38 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Dari Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SLTA/SMK dan S1 ke atas adalah berimbang yaitu sebanyak 39 % dan 38 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa bank tidak hanya responden yang

berpendidikan tinggi. Responden dengan tingkat pendidikan SLTA/SMK sudah mempunyai pandangan pentingnya menggunakan jasa bank.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

No.	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase
1.	2 tahun ke bawah	21	21 %
2.	2 tahun – 4 tahun	37	37 %
3.	4 tahun ke atas	42	42 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Dari Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa 42 % responden sudah lama menjadi nasabah yaitu di atas 4 tahun, 37 % selama 2 sampai 4 tahun dan sisanya 21 % baru menjadi nasabah selama 2 tahun atau kurang. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden cukup tertarik untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1.	PNS	43	43 %
2.	Wiraswasta	37	37 %
3.	Mahasiswa/Pelajar	12	12 %
4.	Ibu Rumah Tangga	8	8 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Dari Tabel 4.5 di atas diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 43 % dan diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 37 %. Kondisi ini dapat diakibatkan karena

pada PNS di wilayah Pemerintahan Kabupaten mempunyai rekening gaji pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dan juga mungkin dikarenakan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang merupakan Bank milik Pemerintah Daerah yang sekaligus pemegang keuangan (kas) daerah. Dimana pihak swasta yang berkepentingan dengan pihak Pemerintah Daerah untuk memudahkan transaksi kedua belah pihak mempunyai rekening pada bank yang sama.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, khususnya untuk mengetahui persepsi umum responden mengenai variabel-variabel yang diteliti. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dikelompokkan berdasarkan lima dimensi, yaitu : keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

1. Penjelasan Responden atas Variabel Keterandalan (*reliability*)

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel keterandalan dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Penjelasan Responden atas Variabel Keterandalan (*Reliability*)

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.	0	0	18	18	57	57	22	22	3	3
2	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang menyelesaikan pelayanan tepat waktu.	0	0	14	14	60	60	23	23	3	3
3	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak membuat kesalahan dalam pelayanan.	2	2	16	16	52	52	24	24	6	6
Rata-rata		1	1	16	16	56	56	23	23	4	4

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)

Keterangan : F = Frekuensi

Berdasarkan Tabel 4.6 di bawah ini dapat dilihat bahwa rata-rata 23 orang (23 persen) responden yang menyatakan setuju atas pernyataan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan, menyelesaikan pelayanan tepat waktu dan tidak membuat kesalahan dalam pelayanan dan rata-rata 56 orang (56 persen) menjawab netral. Namun ada responden yang menjawab tidak setuju, yaitu rata-rata 16 orang (16 persen), dan hanya rata-rata 1 orang (1 persen) yang sangat tidak setuju.

2. Penjelasan Responden atas Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel daya tanggap dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Penjelasan Responden atas Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap)

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersedia menjawab pertanyaan saya (nasabah)	2	2	2	2	68	68	28	28	0	0
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang melakukan transaksi dengan cepat.	0	0	8	8	66	66	26	26	0	0
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tanggap dalam menangani keluhan (saya) nasabah	0	0	2	2	56	56	34	34	2	2
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memberikan informasi pelayanan dengan cepat.	0	0	8	8	38	38	54	54	0	0
Rata-rata		1	1	5	5	57	57	36	36	1	1

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)

Keterangan : F = Frekuensi

Dari Tabel 4.7 di atas, rata-rata 57 orang (57 persen) responden menjawab netral. Artinya responden netral terhadap pernyataan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersedia menjawab pertanyaan nasabah, melakukan transaksi dengan cepat, tanggap dalam menangani keluhan nasabah, dan memberikan informasi pelayanan dengan cepat. Sebanyak rata-rata 36 orang (36 persen) menyatakan sangat setuju dengan daya tanggap yang cepat dari karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Namun ada rata-rata 5 orang (5 persen) yang tidak setuju dan rata-rata 1 orang (1 persen) yang sangat tidak setuju dengan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersedia menjawab pertanyaan nasabah.

3. Penjelasan Responden atas Variabel Jaminan (*Assurance*)

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel jaminan dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Penjelasan Responden atas Variabel Assurance (Jaminan)

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1.	Saya (nasabah) merasa aman melakukan transaksi dengan Bank Sumut Cabang Sidikalang.	0	0	8	8	63	63	29	29	0	0
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersikap ramah kepada saya (nasabah).	0	0	8	8	64	64	28	28	0	0
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki pengetahuan tentang Produk Bank Sumut.	0	0	4	4	57	57	39	39	0	0
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang mampu menjawab pertanyaan saya (nasabah).	0	0	3	3	45	45	47	47	5	5
Rata-rata		0	0	6	6	57	57	36	36	1	1

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)
Keterangan : F = Frekuensi

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata 57 orang (57 persen) netral terhadap pernyataan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang merasa aman melakukan transaksi, karyawan bank selalu bersikap ramah, memiliki pengetahuan tentang produk bank, dan mampu menjawab pertanyaan nasabah. Sebanyak rata-rata 36 orang (36 persen) menyatakan setuju dengan karyawan bank mampu menjawab pertanyaan nasabah dan rata-rata sebanyak 1 orang (1 persen) sangat setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan tidak aman melakukan transaksi pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

4. Penjelasan Responden atas Variabel Empati (*Empaty*)

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel empati dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9
Penjelasan Responden atas Variabel *Empaty* (Emphaty)

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1.	Saya (nasabah) merasa kepentingann saya lebih diutamakan oleh Bank Sumut Cabang Sidikalang.	2	2	6	6	27	27	60	60	5	5
2.	Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memberi informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.	0	0	0	0	59	59	41	41	0	0
3.	Dalam memberi pelayanan, karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak lupa menyebut nama saya (nasabah).	0	0	0	0	68	68	32	32	0	0
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya (nasabah) hadapi.	0	0	0	0	60	60	35	35	5	5
5.	Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan saya (nasabah).	0	0	0	0	54	54	45	45	1	1
Rata-rata		1	1	1	1	53	53	43	43	2	2

Sumber : Data Penelitian, 2013. (Data Diolah)

Keterangan : F = Frekuensi

Dari Tabel 4.9 di atas terlihat bahwa rata-rata 53 orang (53 persen) nasabah bersikap netral. Rata-rata 43 orang (43 persen) setuju dengan pihak PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang mengutamakan kepentingan nasabah, selalu memberikan informasi terbaru tentang produk bank, memberikan solusi atas masalah yang dihadapi nasabah, dan jam pelayanan bank yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju hanya rata-rata 1 orang (1 persen).

5. Penjelasan Responden atas Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel bukti fisik dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Penjelasan Responden atas Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1.	Ruang tunggu Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih dan nyaman dan peralatan yang modern.	0	0	0	0	68	68	32	32	0	0
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki penampilan yang rapi.	0	0	0	0	69	69	31	31	0	0
3.	Jenis formulir tersedia dan saya (nasabah) tidak mengalami kesulitan mengisinya.	0	0	0	0	59	59	41	41	0	0
4.	ATM Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu dalam keadaan siap 24 jam.	0	0	0	0	52	52	48	48	0	0
5.	Sarana toilet Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih.	0	0	0	0	23	23	45	45	32	32
6.	Tempat parkir Bank Sumut Cabang Sidikalang aman bagi kendaraan saya (nasabah).	0	0	0	0	17	17	49	49	34	34
Rata-rata		0	0	0	0	0	48	41	41	11	11

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)
Keterangan : F = Frekuensi

Dari Tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata 48 orang (48 persen) responden bersikap netral terhadap bukti fisik. Sebanyak rata-rata 41 orang (41 persen) menyatakan setuju yang menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang merasa bahwa ruang tunggu bersih, nyaman, dan peralatan yang modern, karyawan berpenampilan rapi, ketersediaan formulir yang tidak sulit diisi oleh nasabah, ATM yang selalu siap 24 jam, sarana toilet yang bersih dan tempat parkir kendaraan yang aman bagi nasabah. Tidak ada nasabah yang

menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap bukti fisik PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

6. Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan Nasabah.

Hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas variabel kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11
Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan Nasabah

No	Item Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1.	Layanan yang diberikan Bank Sumut Cabang Sidikalang sesuai dengan harapan (saya) nasabah.	1	1	3	3	40	40	44	44	12	12
2.	Saya (nasabah) merasa senang mendapatkan pelayanan di Bank Sumut.	0	0	0	0	33	33	61	61	6	6
3.	Manfaat yang saya (nasabah) terima secara menyeluruh sangat memuaskan.	0	0	8	8	41	41	43	43	8	8
Rata-rata		1	1	3	3	38	38	49	49	9	9

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)

Keterangan : F = Frekuensi

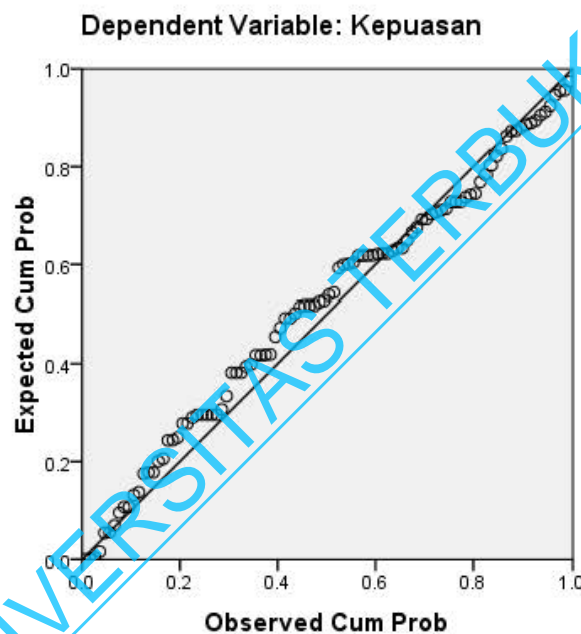
Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju yaitu rata-rata 49 orang (49 persen), yang menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang merasa pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan harapan nasabah, merasa senang mendapatkan pelayanan oleh bank dan manfaat yang diterima oleh nasabah secara menyeluruh sangat memuaskan. Namun ada yang menjawab netral rata-rata 38 orang (38 persen), tidak setuju yaitu rata-rata 3 orang (3 persen) dan sangat tidak setuju ada rata-rata 1 orang (1 persen).

D. Uji Asumsi Klasik Regresi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal dilakukan dengan *Regression Standardized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan pada Gambar 4.2. di atas, dapat dilihat bahwa penyebaran data berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti garis arah diagonal, maka nilai residual terstandarisasi. Dengan demikian maka model regresi hipotesis pertama tersebut memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah kejadian yang menginformasikan terjadinya hubungan antara variabel-variabel bebas dan hubungan yang terjadi cukup besar. Hal ini menyebabkan koefisien-koefisien menjadi tidak dapat ditaksir dan nilai *standard error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Reliability	.678	1.474
	Responsiveness	.189	5.287
	Assurance	.206	4.863
	Empaty	.684	1.461
	Tangibles	.639	1.564

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

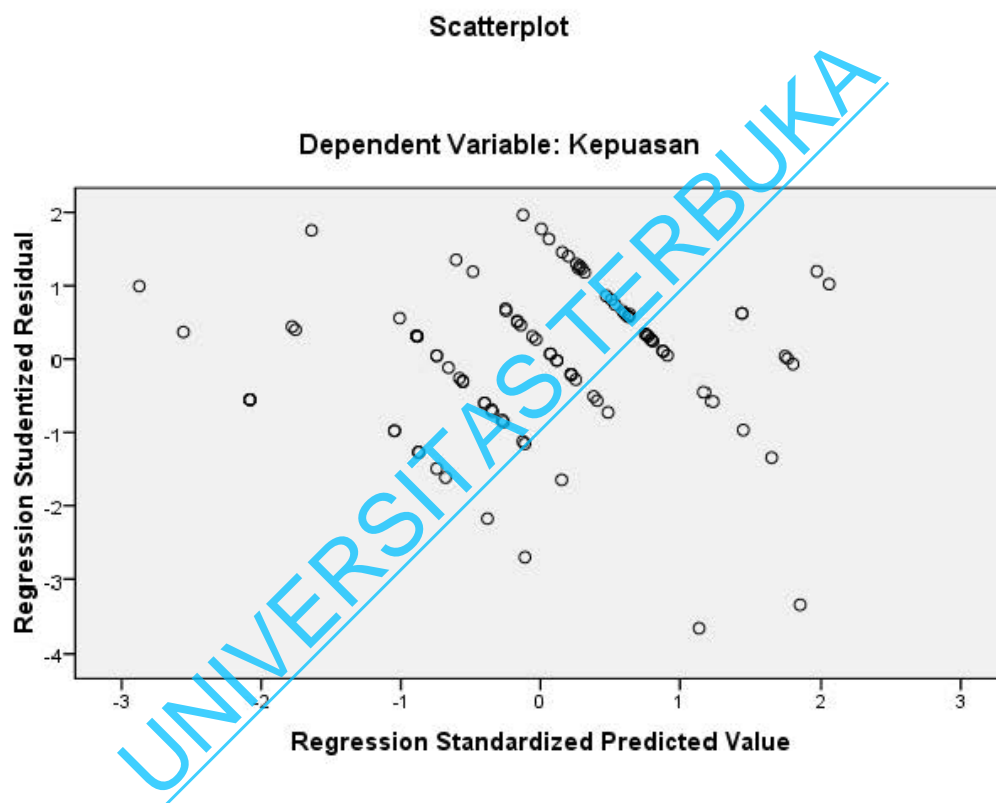
Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah).

Berdasarkan pada Tabel 4.12. di atas diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Dengan demikian persamaan regresi berganda hipotesis terbebas dari asumsi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Berdasarkan pada Gambar 4.3. di bawah terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi berganda hipotesis terbebas dari asumsi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kepuasan Nasabah berdasarkan masukan variabel independen Kualitas Pelayanan.



Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah)

Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

E. Analisis Regresi Berganda

1. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda (*anareg*) digunakan untuk memprediksi nilai dari suatu variabel (Y). Dalam penelitian ini, sebagai variabel tak bebas adalah kepuasan nasabah sedangkan sebagai variabel bebas adalah keterandalan

(*reliability*)/X1, daya tanggap (*responsiveness*)/X2, jaminan (*assurance*)/X3, empati (*empathy*)/X4, dan bukti fisik (*tangibles*)/X5.

Berdasarkan pada Tabel 4.13. di bawah ini, maka persamaan regresi berganda dalam penelitian adalah:

$$Y = -0,268 + 0,054X_1 + 0,405X_2 + 0,507X_3 + 0,167X_4 + 0,046X_5 + \varepsilon$$

Tabel 4.13. Koefisien Regresi Berganda Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.268	.385		-.696	.488
Reliability	.054	.043	.074	1.271	.207
Responsiveness	.405	.106	.415	3.824	.000
Assurance	.507	.112	.474	4.527	.000
Empaty	.167	.076	.128	2.197	.030
Tangibles	.046	.086	.033	.543	.589

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari persamaan tersebut terlihat bahwa nilai koefisien regresi (b_i) pada persamaan regresi tersebut adalah searah (positif). Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Pada persamaan tersebut dapat dilihat bahwa keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dapat dipengaruhi oleh keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

F. Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis penelitian menyatakan bahwa :

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

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

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < \text{tabel } F$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak (H_1 diterima) jika $F_{hitung} > \text{tabel } F$ pada $\alpha = 5\%$

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada Tabel 4.14. sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	23.360	5	4.672	67.166	.000 ^a
Residual	6.539	94	.070		
Total	29.899	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reliability, Assurance, Responsiveness, Empaty

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 67,166 > dari nilai F_{tabel} sebesar 2,720 dan signifikansi F adalah 0.000 atau

< nilai sig α 0,05). Hal ini berarti menyatakan bahwa hasil penelitian menerima H1 dan tidak menerima H0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Hal ini berarti bahwa keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), sangat menentukan kepuasan nasabah yang PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Atau dengan semakin meningkatnya keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), maka kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang akan semakin meningkat juga.

2. Uji Parsial (Uji t)

Hasil Pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.15 dibawah ini :

Tabel 4.15. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.268	.385		-.696	.488
Reliability	.054	.043	.074	1.271	.207
Responsiveness	.405	.106	.415	3.824	.000
Assurance	.507	.112	.474	4.527	.000
Empaty	.167	.076	.128	2.197	.030
Tangibles	.046	.086	.033	.543	.589

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah)

- a. Nilai t_{hitung} untuk keterandalan (*reliability*) sebesar 1,271 lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima H_0 dan tidak menerima H_a untuk variable keterandalan (*reliability*). Dengan demikian, secara parsial keterandalan (*reliability*) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

- b. Nilai t_{hitung} untuk daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 3,824 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka tidak menerima H_0 dan menerima H_a untuk variable daya tanggap (*responsiveness*). Dengan demikian, secara parsial daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

- c. Nilai t_{hitung} untuk jaminan (*assurance*) sebesar 4,527 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka tidak menerima H_0 dan menerima H_a untuk variable jaminan (*assurance*). Dengan demikian, secara parsial jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Variabel jaminan (*assurance*) lebih dominan dibandingkan dengan variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

- d. Nilai t_{hitung} untuk empati (*empathy*) sebesar 2,197 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka tidak menerima H_0 dan menerima H_a untuk variable empati (*empathy*). Dengan demikian, secara parsial empati

(*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

- e. Nilai t_{hitung} untuk bukti fisik (*tangibles*) sebesar 0,543 lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka tidak menerima H_0 dan menerima H_a untuk variable bukti fisik (*tangibles*). Dengan demikian, secara parsial bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesa secara parsial dari kelima variabel independen yang meliputi variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), diketahui bahwa secara parsial variabel jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

G. Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) terhadap variable terikat kepuasan nasabah.

Tabel 4.16. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.781	.770	.26374

a. Predictors: (Constant), Tangibles , Responsiveness, Empaty , Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.16. diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,781. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 78,1%. Sedangkan sisanya sebesar 21,9% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti jenis produk, citra perusahaan, teknologi perbankan dan lokasi bank.

H. Interpretasi Hasil Analisis

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tanggapan nasabah tentang kualitas pelayanan pada yang terdiri dari dimensi keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 67,166 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,720 yang berarti H_a diterima dan tidak menerima H_0 . H_a adalah secara simultan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan secara simultan dari variabel keterandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan nasabah (Y). Ini memberi arti bahwa keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sangat menentukan kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, atau dengan semakin meningkat keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) maka kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang akan semakin meningkat pula. Hal ini sudah sesuai dengan hipotesis dalam

penelitian ini dan hasil penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono: 2011) bahwa model SERVQUAL dengan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi : keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya mengimbangi harapan nasabah.

Kualitas Pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan nasabah. Pemberian pelayanan yang berkualitas melalui sarana dan prasarana yang memadai, kemampuan dan ketanggapan pegawai, adanya jaminan dalam pemberian, serta ketersediaan untuk membantu dan memberikan perhatian kepada nasabah merupakan hal-hal yang dapat memenuhi harapan nasabah, sehingga nasabah akan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pegawai. Artinya apabila kualitas pelayanan baik maka akan meningkatkan kepuasan kepada nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

Dibawah ini akan dijelaskan 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;

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*). Hipotesis awal peneliti menduga bahwa variabel ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah., namun dari hasil penelitian didapat bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai T_{hitung}

sebesar 0,543. Hal ini mungkin saja disebabkan pada saat responden menjawab “netral” pada saat mengisi kuesioner, sehingga secara parsial variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Kondisi ini bisa saja mencerminkan bahwa responden tidak terlalu tertarik pada atau memperhatikan kualitas pelayanan dari variabel ini. Artinya seberapa besarpun bukti fisik yang diberikan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang belum tentu meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini sejalan hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriyanto (2011) yang menyatakan bahwa bukti fisik (*Tangibles*) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Surya Yudha Banjarnegara.

2. Dimensi Keterandalan (*Reliability*). Hipotesa awal penelitian ini menduga bahwa variabel keterandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Hasil pengujian secara parsial variabel keterandalan (*reliability*), berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Hal ini dapat dilihat dari pada hasil t_{hitung} sebesar 1,271 lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986. Hal ini mungkin saja disebabkan responden mengisi formulir banyak menjawab “netral” saat mengisi kuesioner, sehingga secara parsial variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Kondisi ini dapat mencerminkan responden bahwa responden tidak terlalu tertarik terhadap atau memperhatikan dimensi ini. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayu (2012) yang menyatakan keterandalan (*reliability*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar. Walaupun demikian PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang agar dapat meningkatkan lagi kualitas

pelayanan pada dimensi keterandalan agar pada penelitian selanjutnya variabel ini dapat memberikan respon yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Dimensi Empati (*Empaty*). Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Hal ini dapat dilihat dari hasil hitung t_{hitung} sebesar 2,197 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986. Nasabah merasa puas bahwa karyawan bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah, karyawan menyesuaikan jam pelayanan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, karyawan harus dapat memberikan informasi yang jelas, lengkap dan jujur tentang produk layanan jasa bank yang baru ditawarkan kepada nasabah. Informasi tersebut jangan simpang siru yang mengakibatkan nasabah menjadi bingung. Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang harus dapat menjelaskan hal-hal penting yang ada kaitannya dengan jenis transaksi perbankan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang, seperti cara pembukaan dan penutupan tabungan, cara transfer antar bank, cara pengajuan kredit, cara membuka deposito, cara mencairkan cek, cara membuka giro dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Berry, (dalam Tjiptono, 2011) yang menyatakan empati (*empathy*) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2012) yang menyatakan bahwa variabel empati (*empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Sampangan Cabang Semarang.

4. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*). Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Hal ini Nilai t_{hitung} untuk daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 3,824 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986. Nasabah merasa puas menganggap karyawan bank mampu memberikan informasi pelayanan dengan cepat dan melakukan transaksi dengan cepat. Nasabah juga merasa puas terhadap kemampuan karyawan yang tanggap dalam menangani keluhan, kesediaan karyawan membantu kesulitan nasabah, memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi nasabah. Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Berry, (Tjiptono, 2011) yang menyatakan ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lasma Ria (2012) yang menyatakan Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Lima Puluh Batubara.
5. Dimensi Jaminan (*Assurance*). Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat pada nilai t_{hitung} sebesar 4,527 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,986. Nasabah yang merasa puas menganggap bahwa jaminan rasa aman dari karyawan seperti, karyawan yang bersikap ramah, kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan nasabah, kemampuan bank memberikan jaminan keamanan uang nasabah seperti adanya asuransi jiwa terhadap nasabah yang mempunyai rekening pada PT.

Bank Sumut Cabang Sidikalang menjadikan nasabah merasa puas atas pelayanan bank. Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Berry, (dalam Tjiptono, 2011) yang menyatakan jaminan (*assurance*) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oka Windarti (2012) yang menyatakan bahwa variabel Jaminan (*assurance*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK KCU Palembang.

6. Implikasi Manajerial.

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa temuan penting bagi pihak PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Dari temuan tersebut pihak manajemen dapat mempelajari dan informasinya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan, diantaranya adalah :

- a) Secara umum sebagian besar nasabah menyatakan puas atas pelayanan pihak PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Dan menilai baik atas kualitas jasa yang diberikan. Hal ini dapat disebabkan beberapa hal, diantaranya layanan yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang sudah sesuai dengan harapan nasabah, sudah merasa senang mendapatkan pelayanan dan manfaat secara menyeluruh yang diterima nasabah sudah memuaskan.
- b) Meskipun demikian, kenyataan masih adanya nasabah yang tidak puas, yang dapat mengakibatkan nasabah berpindah ke bank pesaing. Hal ini menjadi "*warning*" bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah

yang tepat. Berpindahnya nasabah yang disertai dengan rasa tidak puas akan pelayanan akan berdampak buruk terhadap nasabah lainnya. Perusahaan tidak dapat menghambat nasabah yang akan pindah namun perlu menggali informasi untuk mengetahui alasan sebenarnya dan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan bank pesaing.

- c) Dari hasil analisis ada 3 dimensi kualitas jasa yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, yaitu: empati, daya tanggap dan jaminan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengutamakan perbaikan jasa atas faktor-faktor jasa yang dinilai kurang baik yang tergabung dalam dimensi tersebut. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah: mengutamakan kepentingan nasabah, melakukan transaksi dengan cepat, memberikan pelayanan dengan cepat, rasa aman melakukan transaksi, dan keramahan petugas melayani nasabah. Oleh karena PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang disarankan untuk menambah bagian pelayanan (teller) meningkatkan kemampuan karyawan pada bagian pelayanan, meyakinkan rasa aman bagi untuk melakukan transaksi maupun jaminan atas dana nasabah.
- d) Ada dua dimensi pelayanan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, yaitu: bukti fisik dan keterandalan. Dari persepsi responden terungkap bahwa beberapa faktor yang kurang baik yaitu: belum terpenuhinya pelayanan yang seperti yang dijanjikan, belum menyelesaikan pelayanan tepat waktu, masih adanya kesalahan dalam pelayanan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pihak PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, melalui lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari: keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Jika PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang sudah meningkatkan kualitas pelayanannya melalui lima dimensi tersebut, maka kepuasan nasabah akan terpenuhi.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Kurangnya tingkat pelayanan pada suatu bank akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, dimana hal tersebut akan sangat mempengaruhi kemajuan perbankan pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

Berdasarkan uraian dan hasil analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Variabel keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
2. Variabel keterandalan (*reliability*) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
3. Variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
4. Variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
5. Variabel empati (*empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.
6. Variabel bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang.

7. Dari lima dimensi kualitas pelayanan, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang adalah variabel jaminan (*assurance*).

UNIVERSITAS TERBUKA

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan sebagai berikut:

1. Variabel keterandalan (*reliability*) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Oleh sebab itu karyawan PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang seharusnya selalu memenuhi layanan-layanan yang dijanjikan tepat waktu dan dapat diandalkan serta tidak membuat kesalahan dalam pelayanan, sehingga nasabah merasa bahwa bank memiliki kepedulian dan perhatian secara individu kepada nasabah bank.
2. Variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Oleh sebab itu PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang memperhatikan kebutuhan nasabah, tanggap dalam melayani nasabah dengan cepat dan tepat, dan memberikan individual kepada nasabah bank.
3. Variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Oleh sebab itu PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang harus mampu menjamin rasa aman, karyawan yang bersikap ramah, kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan nasabah, dan jaminan keamanan uang nasabah
4. Variabel empati (*empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Oleh sebab itu karyawan bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah, menyesuaikan jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, dapat memberikan informasi yang jelas, lengkap dan jujur tentang produk layanan jasa bank yang baru ditawarkan kepada nasabah

5. Variabel bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang. Pihak PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang hendaknya memperhatikan bukti fisik ini untuk lebih meningkatkan kepuasan nasabah. Diantaranya memperluas ruang tunggu, memperbanyak kursi antrian, memberikan kenyamanan pada saat antri, dan ruangan yang mempunyai AC sehingga tidak menimbulkan kebosanan bagi nasabah.
6. Manajemen PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang disarankan agar tetap meningkatkan kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan dengan tetap meningkatkan kualitas pelayanan, mengurangi tingkat komplain yang ada, sehingga tetap menjadi bank yang tumbuh sehat atas kepercayaan nasabah. Manajemen PT. Bank Sumut Cabang Sidikalang tetap mempertahankan kepercayaan nasabah atas jaminan bank terhadap keamanan uang nasabah, keramahan karyawan.
7. Bagi para peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah variabel-variabel yang berbeda dengan variabel yang sebelumnya untuk memperkaya pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah serta melibatkan responden di bagian yang lain agar sampel lebih besar sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto, Nurrohman. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Reputasi Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPR Surya Yudha Banjarnegara)*. Tesis Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang.
- Djarwanto, PS dan Subagyo, Pangestu. 1993, *Statistik Induktif*. Edisi Ke-empat. Yogyakarta: BPFE.
- Cooper, D.R & P.S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Edisi Sembilan. Jilid 2, Jakarta: PT. Media Global Edukasi
- Hadinoto, Soetanto, 2003, *How To Develop Successful Retail Banking*, Edisi Pertama, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Imam, Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis. Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogiyanto, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, BPFE, Yogyakarta
- Kasmir, 2003, *Dasar-Dasar Perbankan*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- _____, 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan oleh Bob Sabran MM), Edisi 13 Jilid 1& 2 Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN
- Lupiyoadi, Rambat, 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Martin, William B. 2004. *Quality Customer Service: Cara Jitu Memikat Hati Pelanggan*. Alih Bahasa Bonifacius Sindyarta. Jakarta: PPM.
- Oka Windarti Ayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang*. Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius). Vol. 2 No. 1.
- Prasetyo, Riza Fajar. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Pada BRI Unit Sampangan Kantor Cabang Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

- Rahayu, Dwi Ratih WS. 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank NTB Cabang Sumbawa Besar*. Tesis Program Magister, Pasca Sarjana Universitas Terbuka.
- Rajes Nair, Ranjith, PV, Sumana Bose, Charu Sari. (2010). *A study of service quality on bank with servqual model*. SIES Journal of Manajemen. Vol. 7 (1), April-August: 35-45.
- Saladin Djaslim, 1996, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Cetakan Kedua, Mandar Maju, Bandung.
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. Second Edition: Jhon Willey & Sons, Inc, New York.
- Sipahutar, Mangasa Agustinus. 2000. *Pengaruh Kualitas Jasa dan Features Taplus (Tabungan Plus) Bank BNI Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Bandung*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Sriwidodo, Untung, Universitas Slamet Riyadi. (2010). *Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Jateng Cabang Karanganyar*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 10. No. 2, 164-173.
- Steven, Rayburn, W. Oklahoma. (2013). *Conseptualizing the impact of captive service on service provision and service quality*. American Marketing Association.
- Supranto, J, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pasar*, Cetakan Keempat, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta
- Tampubolon, Lasma Ria. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut Cabang Pembantu Lima Puluh di Kabupaten Batubara*. Tesis Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara.
- Tjiptono, Fandi, 2011, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2003. *Studi Kelayakan Dalam Bidang Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Vijayadurai, J. (2008). Service quality, costumer satisfaction and behavioural in hotel industry. Journal of Marketing and Communication. Januari-April. Vol. 3. Issue 3
- Windarti, Ayu Oka, 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Palembang*. Jurnal: Jenius, Vol. 2 No.1

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN**Pengukuran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada Bank Sumut Cabang Sidikalang**

Para Nasabah yang terhormat,

Dalam rangka pengukuran tingkat kualitas pelayanan pada Bank Sumut Cabang Sidikalang, 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 :

Umur (Tahun) :

Lamanya sebagai Nasabah (Tahun) :

Petunjuk Pengisian

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

(1) Sangat tidak setuju; (2) Tidak setuju; (3) Netral; (4) Setuju; (5): Sangat Setuju

DAFTAR PERTANYAAN		JAWABAN				
		(1) Sangat tidak setuju; (2) Tidak setuju; (3) Netral; (4) Setuju; (5): Sangat setuju				
		1	2	3	4	5
X.1. Reliability (Keterandalan)						
1.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.					
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang menyelesaikan pelayanan tepat waktu.					
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak membuat kesalahan dalam pelayanan.					

DAFTAR PERTANYAAN		JAWABAN				
		(2) Sangat tidak setuju; (2) Tidak setuju; (3) Netral; (4) Setuju; (5): Sangat setuju				
		1	2	3	4	5
X.2. Responsiveness (Daya Tanggap)						
1.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersedia menjawab pertanyaan saya (nasabah)					
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang melakukan transaksi dengan cepat.					
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tanggap dalam menangani keluhan (saya) nasabah					
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memberikan informasi pelayanan dengan cepat.					
X.3. Assurance (Jaminan)						
1.	Saya (nasabah) merasa aman melakukan transaksi dengan Bank Sumut Cabang Sidikalang.					
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu bersikap ramah kepada saya (nasabah).					
3.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki pengetahuan tentang Produk Bank Sumut.					
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang mampu menjawab pertanyaan saya (nasabah).					
X.4. Empaty (Emphaty)						
1.	Saya (nasabah) merasa kepentingann saya lebih diutamakan oleh Bank Sumut Cabang Sidikalang.					
2.	Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu memberi informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.					
3.	Dalam memberi pelayanan, karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang tidak lupa menyebut nama saya (nasabah).					
4.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya (nasabah) hadapi.					
5.	Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki jam pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan saya (nasabah).					

DAFTAR PERTANYAAN		JAWABAN				
		(3) Sangat tidak setuju; (2) Tidak setuju; (3) Netral; (4) Setuju; (5): Sangat setuju				
		1	2	3	4	5
X.5. Tangibles (Bukti Fisik)						
1.	Ruang tunggu Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih dan nyaman dan peralatan yang modern.					
2.	Karyawan Bank Sumut Cabang Sidikalang memiliki penampilan yang rapi.					
3.	Jenis formulir tersedia dan saya (nasabah) tidak mengalami kesulitan mengisinya.					
4.	ATM Bank Sumut Cabang Sidikalang selalu dalam keadaan siap 24 jam.					
5.	Sarana toilet Bank Sumut Cabang Sidikalang bersih.					
6.	Tempat parkir Bank Sumut Cabang Sidikalang aman bagi kendaraan saya (nasabah).					
(Y) Kepuasan Nasabah						
1.	Layanan yang diberikan Bank Sumut Cabang Sidikalang sesuai dengan harapan (saya) nasabah.					
2.	Saya (nasabah) merasa senang mendapatkan pelayanan di Bank Sumut.					
3.	Manfaat yang saya (nasabah) terima secara menyeluruh sangat memuaskan.					

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini sebagaimana mestinya yang Bapak/Ibu/Saudara alami atas apa yang didapatkan dari pelayanan Bank Sumut Cabang Sidikalang, sangat membantu keberhasilan penelitian ini. Akhirnya kami ucapkan terima kasih.

Lampiran 2.

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Reliability			Responsiveness				Assurance			
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
6	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
8	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
11	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4
12	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3
13	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
14	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
23	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
24	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
27	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
28	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
29	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3
30	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4
33	3	4	1	3	3	5	4	4	3	3	5
34	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
35	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
36	5	5	5	3	3	4	3	3	3	4	4
37	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4
38	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3
39	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
40	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Reliability			Responsiveness				Assurance			
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
41	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
42	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
43	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
44	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2
45	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
46	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
50	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4
52	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
53	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
54	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
58	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
60	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
62	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
63	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
64	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
65	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3
66	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4
67	3	4	1	3	3	5	4	4	3	3	4
68	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
70	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
71	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	5
72	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	5
73	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
74	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
75	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
76	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3
77	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3
78	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	4
79	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
80	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Reliability			Responsiveness				Assurance			
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
84	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4
89	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
93	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
94	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
98	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3

UNIVERSITAS TERBUKA

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Empaty					Tangibles						Kepuasan Nasabah		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3
1	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
6	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5
8	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5
9	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	5
10	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
12	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
13	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
14	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4
15	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
17	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	3
20	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3
21	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3
22	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3
24	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4
25	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4
26	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
27	2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4
28	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
29	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4
30	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4
31	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
32	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
33	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	5
34	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5
35	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4
36	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
37	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4
38	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
39	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	3
40	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Empaty					Tangibles						Kepuasan Nasabah		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3
41	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3
42	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
43	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	2
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2
45	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
46	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	2
47	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
48	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
49	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
50	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3
53	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
54	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
55	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
56	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	1	4	4
57	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	5
58	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	5	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
61	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
62	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	3	3	4
63	3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	3	3	4
64	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4
65	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
66	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
67	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	5
68	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5
69	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4
70	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
71	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4
72	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
73	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	5	3
74	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3
75	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3
76	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	2
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2
79	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3
80	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	2

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Resp.	Empaty					Tangibles						Kepuasan Nasabah		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3
81	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
82	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
83	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
84	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3
86	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3
87	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
88	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	3	3	3
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	3
91	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3
92	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3
93	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3
95	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4
96	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4
97	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
98	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	2
99	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
100	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	2

Lampiran 3.

UJI RELIABILITAS

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability**Notes**

Output Created		12-May-2013 07:50:21
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.094
	Elapsed Time	00:00:00.078

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	6.6667	1.195	.598	.669
X1.2	6.6333	1.137	.645	.615
X1.3	6.7667	1.220	.530	.746

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.3000	2.355	.695	.753
X2.2	11.3000	2.976	.591	.804
X2.3	11.2667	2.202	.817	.689
X2.4	11.2333	2.737	.515	.837

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	11.9333	2.754	.587	.745
X3.2	11.7333	3.099	.597	.749
X3.3	12.3000	2.769	.583	.747
X3.4	12.2333	2.323	.662	.710

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	15.0667	3.168	.571	.761
X4.2	15.0667	3.651	.482	.787
X4.3	15.0333	3.137	.613	.748
X4.4	15.0667	3.306	.499	.785
X4.5	15.1000	2.990	.745	.704

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	21.2667	6.202	.486	.826
X5.2	20.9000	6.093	.729	.787
X5.3	21.0667	6.133	.584	.807
X5.4	21.1333	5.154	.702	.781
X5.5	21.1667	5.454	.680	.786
X5.6	21.1333	6.120	.487	.827

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	8.0000	1.517	.609	.739
Y1.2	7.9333	1.582	.664	.698
Y1.3	8.0667	1.168	.656	.709

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 4.

HASIL PENGOLAHAN KUESIONER

Regression

		Notes
Output Created		29-May-2013 17:47:02
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT RatarataY /METHOD=ENTER RatarataX1 RatarataX2 RataratX3 RatarataX4 RatarataX5 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORM(ZRESID) /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:00.937
	Elapsed Time	00:00:00.843
	Memory Required	3300 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	536 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\
 UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles , Reliability, Empaty , Assurance, Responsiveness ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.781	.770	.21888

a. Predictors: (Constant), Tangibles , Reliability, Empaty , Assurance, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.087	5	3.217	67.156	.000 ^a
	Residual	4.503	94	.048		
	Total	20.590	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles , Reliability, Empaty , Assurance, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.268	.369		-.725	.470		
	Reliability	.048	.042	.067	1.147	.254	.678	1.474
	Responsiveness	.385	.104	.409	3.689	.000	.189	5.287
	Assurance	.509	.112	.485	4.559	.000	.206	4.863
	Empaty	.164	.075	.127	2.184	.031	.684	1.461
	Tangibles	.058	.087	.040	.671	.504	.639	1.564

a. Dependent Variable: Kepuasan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empaty	Tangibles
1	1	5.933	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.041	12.082	.00	.21	.01	.01	.04	.02
	3	.017	18.485	.00	.78	.05	.04	.01	.00
	4	.004	36.693	.11	.00	.03	.00	.92	.28
	5	.003	48.401	.87	.00	.00	.11	.00	.55
	6	.002	55.231	.02	.00	.90	.85	.03	.14

a. Dependent Variable: Kepuasan

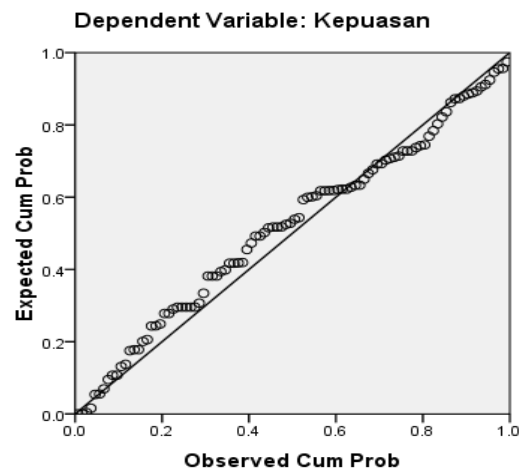
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.4649	4.4523	3.6233	.40310	100
Std. Predicted Value	-2.874	2.056	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.024	.099	.051	.015	100
Adjusted Predicted Value	2.4318	4.4330	3.6229	.40533	100
Residual	-.74836	.42698	.00000	.21328	100
Std. Residual	-3.419	1.951	.000	.974	100
Stud. Residual	-3.647	1.964	.001	1.008	100
Deleted Residual	-.85162	.43280	.00040	.22851	100
Stud. Deleted Residual	-3.915	1.995	-.005	1.031	100
Mahal. Distance	.172	19.150	4.950	3.727	100
Cook's Distance	.000	.306	.012	.034	100
Centered Leverage Value	.002	.193	.050	.038	100

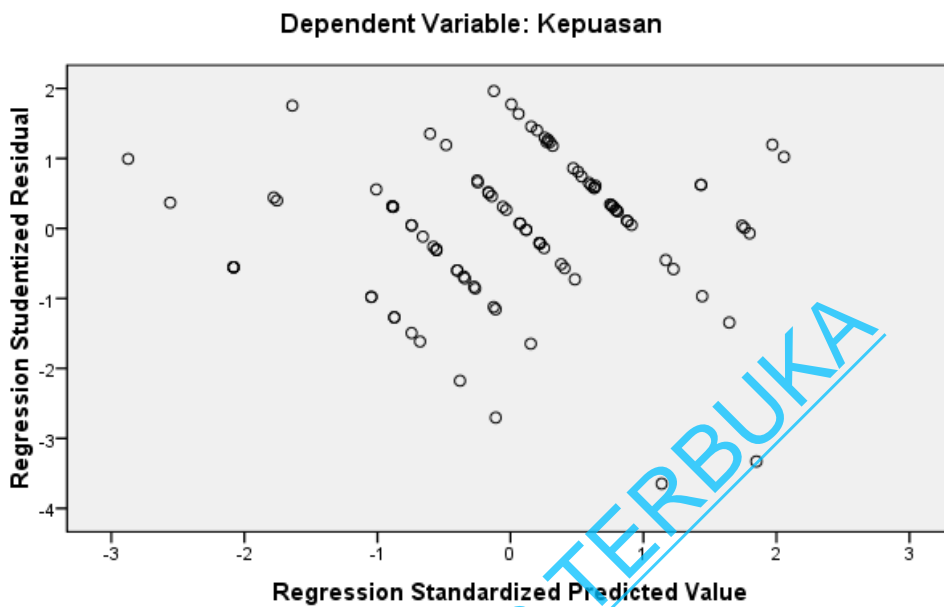
a. Dependent Variable: Kepuasan

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

		Notes
Output Created		29-May-2013 17:47:34
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time ^a	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000
	Number of Cases Allowed	196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\
 UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.21328100
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.060
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.821
Asymp. Sig. (2-tailed)		.510

a. Test distribution is Normal.

UNIVERSITAS TERBUKA

```
FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

		Notes
Output Created		29-May-2013 17:47:50
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav

Statistics

		Reliability 1	Reliability 2	Reliability 3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Reliability 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	18	18.0	18.0	18.0
	3	57	57.0	57.0	75.0
	4	22	22.0	22.0	97.0
	5	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Reliability 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	14.0	14.0	14.0
	3	60	60.0	60.0	74.0
	4	23	23.0	23.0	97.0
	5	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Reliability 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	16	16.0	16.0	18.0
	3	52	52.0	52.0	70.0
	4	24	24.0	24.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes	
Output Created			29-May-2013 17:48:08
Comments			
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav	
	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.	
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		00:00:00.062
	Elapsed Time		00:00:00.032

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav

Statistics

		Responsiveness 1	Responsiveness 2	Responsiveness 3	Responsiveness 4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Responsiveness 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	68	68.0	68.0	72.0
	4	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Responsiveness 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	66	66.0	66.0	74.0
	4	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Responsiveness 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	56	56.0	56.0	64.0
	4	34	34.0	34.0	98.0
	5	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Responsiveness 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	38	38.0	38.0	46.0
	4	54	54.0	54.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		29-May-2013 17:48:21
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\Copy PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.032
	Elapsed Time	00:00:00.016

Statistics

		Assurance 1	Assurance 2	Assurance 3	Assurance 4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table**Assurance 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	63	63.0	63.0	71.0
	4	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Assurance 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	64	64.0	64.0	72.0
	4	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Assurance 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	57	57.0	57.0	61.0
	4	39	39.0	39.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Assurance 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	45	45.0	45.0	48.0
	4	47	47.0	47.0	95.0
	5	5	5.0	5.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		29-May-2013 17:48:38
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.031
	Elapsed Time	00:00:00.014

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\
DATA UJI 30 MEI.sav

Statistics

		Empaty 1	Empaty 2	Empaty 3	Empaty 4	Empaty 5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Empaty 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	27	27.0	27.0	35.0
	4	60	60.0	60.0	95.0
	5	5	5.0	5.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Empaty 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	59	59.0	59.0	59.0
	4	41	41.0	41.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Empaty 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	68	68.0	68.0	68.0
	4	32	32.0	32.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Empaty 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	60	60.0	60.0	60.0
	4	35	35.0	35.0	95.0
	5	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Empaty 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	54	54.0	54.0	54.0
	4	45	45.0	45.0	99.0
	5	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

FREQUENCIES VARIABLES=X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 X5.6
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes	
Output Created			29-May-2013 17:48:52
Comments			
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav	
	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.	
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 X5.6 /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		00:00:00.000
	Elapsed Time		00:00:00.016

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI \DATA UJI 30 MEI.sav

Statistics

		Tangibles 1	Tangibles 2	Tangibles 3	Tangibles 4	Tangibles 5	Tangibles 6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Tangibles 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	68	68.0	68.0	68.0
	4	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	69	69.0	69.0	69.0
	4	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	59	59.0	59.0	59.0
	4	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	52	52.0	52.0	52.0
	4	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	23.0	23.0	23.0
	4	45	45.0	45.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17.0	17.0	17.0
	4	49	49.0	49.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

FREQUENCIES VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes
Output Created		29-May-2013 17:49:06
Comments		
Input	Data	G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.031
	Elapsed Time	00:00:00.016

[DataSet1] G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 MEI\DATA UJI 30 MEI.sav

Statistics

		Kepuasan 1	Kepuasan 2	Kepuasan 3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Kepuasan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	40	40.0	40.0	44.0
	4	44	44.0	44.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kepuasan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	33	33.0	33.0	33.0
	4	61	61.0	61.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kepuasan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	41	41.0	41.0	49.0
	4	43	43.0	43.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SAVE OUTFILE='G:\MM UT\COPY PC Rumah\MM UT\SEMESTER IV\TAPM\Proposal Perbaikan\UJI AKHIR 30 '+
 'MEI\DATA UJI 30 MEI.sav'
 /COMPRESSED.

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Reliability 1	3.1000	.71774	100
Reliability 2	3.1500	.68718	100
Reliability 3	3.1600	.83750	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Responsiveness 1	3.2200	.57875	100
Responsiveness 2	3.1800	.55741	100
Responsiveness 3	3.3000	.64354	100
Responsiveness 4	3.4600	.64228	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Assurance 1	3.2100	.57375	100
Assurance 2	3.2000	.56854	100
Assurance 3	3.3500	.55732	100
Assurance 4	3.3400	.64228	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Empaty 1	3.60000	.765414	100
Empaty 2	3.41000	.494311	100
Empaty 3	3.32000	.468826	100
Empaty 4	3.45000	.592461	100
Empaty 5	3.47000	.521362	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Tangibles 1	3.3200	.46883	100
Tangibles 2	3.3100	.46482	100
Tangibles 3	3.4100	.49431	100
Tangibles 4	3.4800	.50212	100
Tangibles 5	4.0900	.73985	100
Tangibles 6	4.1700	.69711	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan 1	3.6300	.77401	100
Kepuasan 2	3.7300	.56595	100
Kepuasan 3	3.5100	.75872	100

UNIVERSITAS TERBUKA