

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Survei pada Nasabah Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro PT.**

**Bank Jatim (Persero) Cabang Kraksaan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**FAUZI BOGIE NUGROHO**

**NIM. 0710323069**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
MALANG  
2012**

**MOTTO**

**“Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapatkan hidup yang mandiri”**

**“Jangan pernah berhenti berkarya dan berkeaktifitas  
(Paul Gilbert)”**



## RINGKASAN

Fauzi Bogie Nugroho, 2012, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan** (Survei pada Nasabah Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro PT Bank Jatim (Persero) Cabang Kraksaan), DR. Zainul Arifin, M.S, Sunarti. S.Sos, MAB., 139 Hal. + xix.

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama dan parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Serta untuk mengetahui variabel dari Kualitas Pelayanan (X) yang berpengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Total sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 orang responden yang merupakan nasabah kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro pada Bank Jatim Cabang Kraksaan. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,765 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,616. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 61,6 %, sedangkan sisanya sebesar 38,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di bahas pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X3) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan koefisien b tertinggi yaitu 0,498 dan nilai  $t_{hitung}$  yang paling besar yaitu 5,005 dan signifikansi terendah sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1) Secara bersama-sama variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). 2) Variabel Daya Tanggap (X3) merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Oleh karena itu disarankan kepada perusahaan Bank Jatim Cabang Kraksaan agar lebih mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang baik membuat nasabah lebih tertarik untuk menggunakan jasa di Bank Jatim Cabang Kraksaan.



## SUMMARY

Fauzi Bogie Nugroho, 2012, **The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction** (A Survey on The Customer of Small, Middle, and Micro Work Credits Programs at PT Bank Jatim (Persero) of Kraksaan Branch). Promotor: DR. Zainul Arifin, M.S. Co-Promotor: Sunarti, S. Sos, MAB. 139 pages + xix.

---

The objective of research is to understand and to explain the effect of variables of the quality of service delivery such as Tangible (X1), Dependability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) and Empathy (X5) simultaneously and spatially on Customer Satisfaction Rate (Y). Research also attempts to acknowledge which one of Service Quality (X) variables with dominant effect on Customer Satisfaction Rate (Y).

Research type is *explanatory research*. Sample total is 100 respondents who are the customer of Small, Middle, and Micro Work Credits Program in Bank Jatim of Kraksaan Branch. Data collection method is questionnaire. Data analysis tools are descriptive analysis and multiple linear regression. Sample collection technique is *Accidental Sampling* technique.

Result of research indicates that Tangible (X1), Responsiveness (X2), Dependability (X3), Assurance (X4), and Empathy (X5) which are simultaneously having a significant effect on Customer Satisfaction Rate (Y).  $F_{count}$  is 32.765, significance rate is 0.000 ( $p < 0.05$ ), and *Adjusted R Square* is 0.616. It means that these variables of Service Delivery Quality are simultaneously able to contribute to Customer Satisfaction Rate for 61.6 %, while the remaining 38.4 % is affected by other variable not discussed in this research.

Result of research indicates that the variable of Responsiveness (X3) is a variable with the dominant effect on Customer Satisfaction Rate (Y) as shown by the highest  $b$  coefficient of 0.498, the biggest  $t_{count}$  of 5.005 and the lowest significance of 0.000 ( $p < 0.05$ ).

It is then concluded that: (1) simultaneously, variables of Tangible (X1), Dependability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) and Empathy (X5) have significant effect on Customer Satisfaction Rate (Y) variable. The Responsiveness (X3) variable is one with the dominant effect on Customer Satisfaction Rate (Y). Therefore, it may be suggested that Bank Jatim of Kraksaan Branch must defend and even increase the service quality. Good service quality will make the customer more attracted to use the service provided by Bank Jatim of Kraksaan Branch.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena kasih setia dan pertolonganNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Nasabah Kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro PT. Bank Jatim Cabang Kraksaan)”.

Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana di Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya keterlibatan bantuan dari berbagai pihak yang berkenan membantu pemikiran, kritik, dan saran, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Sumartono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang,
3. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, D.E.A., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
5. Bapak Zainul Arifin, DR. MS, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.



6. Ibu Sunarti, S.sos, MAB, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas ilmu dan nasihat yang telah diberikan, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas bantuannya.
8. Pihak Bank Jatim cabang Kraksaan, Bapak Sukraendi Purnomo selaku pimpinan Bank Jatim cabang Kraksaan, Ibu Eny selaku penyelia umum dan karyawan / staff Bank Jatim cabang Kraksaan yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan serta bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayah, mama, dan kakak menyon, atas kasih sayang, kesabaran, dan segala pengorbanan yang memberikan sumber inspirasi terbesar bagi penulis.
10. Kepada seluruh teman-temanku FIA Bisnis angkatan 2007 serta sahabat-sahabatku konsentrasi pemasaran yang telah memberikan motivasi, bantuan, kebersamaan dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman kontrakan di Perum. Bumi Palapa A2-1 Malang, yang telah menjadi teman dan memberikan dukungan serta bantuan hingga terselesainya skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan informasi dan bimbingan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, September 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
MOTTO.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
RINGKASAN.....	v
<i>SUMMARY</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7



D. Kontribusi Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	10
1. Krisnawati (2007).....	10
2. Agus (2009).....	11
B. Jasa.....	12
1. Pengertian Jasa (Pelayanan).....	12
2. Karakteristik Jasa.....	14
C. Kualitas.....	15
D. Pelayanan Jasa.....	18
E. Kualitas Pelayanan Jasa.....	18
1. Dimensi Kualitas Pelayanan Jas.....	20
2. Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa.....	23
3. Langkah-langkah untuk Mengurangi <i>Gap</i> Kualitas Pelayanan Jasa.....	26
F. Pengertian Kepuasan.....	29
G. Pengertian Pelanggan.....	29
H. Kepuasan Pelanggan.....	30
1. Pengukuran Kepuasan Pelangga.....	32

2. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	34
I. Bank.....	35
1. Pengertian Bank.....	35
2. Jenis Bank.....	35
3. Fungsi Pokok Bank.....	36
J. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah.....	36
K. Model Konseptual dan Hipotesis.....	39
1. Model Konseptual.....	39
2. Hipotesis.....	39
L. <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	41
M. Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	44
1. Konsep.....	44
2. Variabel Penelitian.....	45
3. Definisi Operasional.....	46

4. Skala Pengukuran.....	50
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	52
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	54
D. Pengumpulan Data.....	54
1. Lokasi Penelitian.....	54
2. Sumber Data.....	55
3. Metode Pengumpulan Data.....	55
4. Instrumen Penelitian.....	56
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	57
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas.....	58
F. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	58
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisi...59	
2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kehandalan.....	59



3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Daya

Tanggap.....60

4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Jaminan..60

5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Empati....61

6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Tingkat

Kepuasan Nasabah.....62

G. Metode Analisis Data.....62

1. Analisis Deskriptif.....62

2. Analisis Regresi Linier Berganda.....63

a. Analisis Uji F (secara simultan).....64

b. Analisis Uji t (secara parsial).....65

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....67**

A. Penyajian Data.....67

1. Gambaran Umum Perusahaan.....67

a. Sejarah Singkat Perusahaan.....67

b. Lokasi Perusahaan.....68

c. Visi dan Misi Perusahaan.....69

2. Struktur Organisasi Perusahaan.....69

3. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	74
a. Produk.....	74
b. Gambaran Produk Penelitian.....	75
c. Promosi.....	76
B. Analisis Hasil.....	77
1. Deskriptif Responden.....	77
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	78
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	78
c. Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	79
d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	81
e. Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Program Usaha Kecil Menengah / Mikro.....	82
2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian.....	83
a. Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Fisik.....	83
b. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kehandalan.....	86
c. Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap.....	88
d. Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan.....	90
e. Tanggapan Responden terhadap Variabel Empati.....	93

f. Tanggapan Responden terhadap Variabel Tingkat

Kepuasan Nasabah.....	95
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	98
4. Analisis Regresi Parsial.....	100
C. Pembahasan.....	103
<b>BAB V: PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
<b>Tabel 1</b>	<i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	41
<b>Tabel 2</b>	Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
<b>Tabel 3</b>	Konsep, Variabel, Indikator dan <i>Item</i> .....	49
<b>Tabel 4</b>	Jumlah Nasabah Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim cabang Kraksaan pada Tahun 2012.....	53
<b>Tabel 5</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik.....	59
<b>Tabel 6</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kehandalan.....	59
<b>Tabel 7</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tanggap.....	60
<b>Tabel 8</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan.....	61
<b>Tabel 9</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati.....	61
<b>Tabel 10</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah.....	62
<b>Tabel 11</b>	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
<b>Tabel 12</b>	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	79
<b>Tabel 13</b>	Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	80

<b>Tabel 14</b> Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	81
<b>Tabel 15</b> Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro.....	82
<b>Tabel 16</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Fisik.....	84
<b>Tabel 17</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Kehandalan.....	87
<b>Tabel 18</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap.....	89
<b>Tabel 19</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan.....	91
<b>Tabel 20</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Empati.....	93
<b>Tabel 21</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....	96
<b>Tabel 22</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	99



## DAFTAR GAMBAR

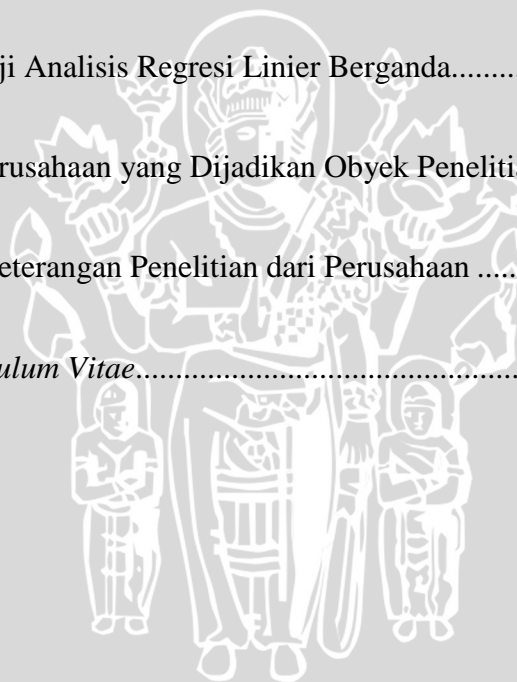
No.	Judul	Hal.
<b>Gambar 1</b>	Model Kesenjangan dalam Kualitas Jasa.....	25
<b>Gambar 2</b>	Konsep Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	31
<b>Gambar 3</b>	Model Konseptual.....	39
<b>Gambar 4</b>	Model Hipotesis.....	40
<b>Gambar 5</b>	Struktur Organisasi PT. Bank Jatim cabang Kraksaan.....	69





## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal.
<b>Lampiran 1</b>	Kuisioner Penelitian.....	113
<b>Lampiran 2</b>	Tabulasi Jawaban Responden Penelitian.....	118
<b>Lampiran 3</b>	Tabel Frekuensi Jawaban Responden.....	124
<b>Lampiran 4</b>	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	129
<b>Lampiran 5</b>	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	135
<b>Lampiran 6</b>	Foto Perusahaan yang Dijadikan Obyek Penelitian.....	137
<b>Lampiran 7</b>	Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan .....	138
<b>Lampiran 8</b>	<i>Curriculum Vitae</i> .....	139



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian dan perumahan juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Perubahan tersebut akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk barang dan jasa. Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli.

Pelanggan dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Secara umum perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif, dimana strategi ofensif perlu ditujukan untuk meraih atau memperoleh pelanggan baru, sedangkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan strategi defensif berusaha untuk mengurangi kemungkinan *customer exit* dan beralihnya pelanggan dari perusahaan.

Era globalisasi dunia saat ini yang diwarnai oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat serta persaingan global yang semakin sengit, peran jasa Perbankan semakin penting untuk menunjang, mendorong bahkan menggerakkan berbagai sektor kehidupan. Hal tersebut diindikasikan dengan

semakin meningkatnya akan kebutuhan pinjaman kredit untuk kegiatan usaha. Usaha pinjaman kredit juga harus disertai dengan adanya pelayanan pelanggan yang prima dengan maksud agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan / nasabah.

Dengan adanya persaingan yang ketat, perusahaan menjadikan kualitas pelayanan merupakan aspek yang harus diperhatikan agar dapat bersaing di dunia bisnis perbankan sehingga diperlukan suatu peningkatan mengenai kualitas pelayanan bagi perusahaan Bank Jatim cabang Kraksaan agar nasabah merasa puas terhadap perusahaan. Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan.

Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang Perbankan yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para pengguna jasa membuat perusahaan kesulitan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman, dimana kepuasan pelanggan sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.



Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu, Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk ataupun jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk jasa untuk memenuhi

kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara pelanggan, artinya perusahaan harus melakukan interaksi dengan pelanggan dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) bagaimana tanggapan pelanggan tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Adapun cara untuk mendapatkan umpan balik diantaranya dapat dilakukan dengan penerapan sistem keluhan dan saran atau dengan survei terhadap pelanggan maka keluhan atau ketidakpuasan pelanggan tersebut dapat segera diambil dan ditentukan solusi yang terbaik oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap bentuk kinerja kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh suatu penyedia jasa kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan akan menciptakan ikatan emosional (loyalitas) terhadap perusahaan tersebut. Suatu kepuasan pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan (penyedia jasa) baik dan sesuai dengan harapan. Namun jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka konsumen atau pelanggan merasa tidak puas.

Perkembangan ekonomi saat ini khususnya di Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo adalah sebuah [Kecamatan](#) yang juga merupakan pusat administrasi di [Kabupaten Probolinggo Provinsi Jawa Timur Indonesia](#), ternyata mengalami peningkatan perekonomian. Saat ini Kecamatan Kraksaan sudah menjadi Ibu Kota Kabupaten Probolinggo yang disahkan negara melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 02 tahun 2010

tertanggal 5 Januari 2010. Kecamatan Kraksaan berjarak 27 km ke arah timur [Kota Probolinggo](#). Pengembangan ekonomi, usaha bisnis, pendidikan, dan tata ruang mulai dilaksanakan dan ditingkatkan ([www.infokraksaan.com](http://www.infokraksaan.com)). Peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan masyarakat di Kabupaten Probolinggo, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat Kabupaten Probolinggo untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.

Ekonomi daerah atau perekonomian daerah adalah kemajuan ekonomi tiap daerah yang dapat di ukur dari pendapatan daerah, rencana pengeluaran anggaran belanja daerah dan tingkat pendapatan perkapita daerah tersebut. Daerah yang maju yaitu daerah yang tingkat perekonomiannya tinggi. Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian daerah yaitu dengan cara membuka usaha atau bisnis sesuai aturan yang berlaku, berprofit dan dapat menambah lapangan pekerjaan yang tidak lupa dengan membayar pajak. Salah satu kendala untuk membangun serta meningkatkan suatu usaha adalah tidak adanya modal atau dana sehingga disini terdapat alternatif perusahaan perbankan yang membantu para pengusaha atau calon pengusaha untuk melakukan pinjaman modal usaha.

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) PT Bank Jatim (Persero) cabang Kraksaan. Pimpinan dan manajemen PT Bank Jatim cabang Kraksaan berusaha untuk mewujudkan spesialisasi usaha dibidang simpanan dan pinjaman. Jasa pinjaman atau kredit



disini salah satunya meliputi pinjaman modal usaha, yang dilakukan secara profesional sesuai dengan perkembangan zaman saat ini dengan mitra bisnis yang konsisten dan memiliki layanan serba prima serta dapat bersaing terutama di era globalisasi. Banyaknya permohonan kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro yang diterima pihak Bank Jatim karena tingkat bunga yang diberikan sebesar 5%. Tingkat bunga itu berada di bawah batas maksimal yang ditentukan pemerintah, yakni sebesar 14 persen. Permohonan kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro tersebut di bawah 25 juta rupiah dengan beragam usaha, mulai dari pertanian, perdagangan, perternakan bahkan industri. Mereka kebanyakan kelompok usaha mikro kecil menengah dan paling mendominasi dari sektor perdagangan ([www.bankjatim.co.id](http://www.bankjatim.co.id))

Penelitian ini mengambil salah satu jenis perusahaan jasa yaitu Perbankan di bidang pinjaman kredit yaitu PT. Bank Jatim Cabang Kraksaan. Penelitian akan berlokasi di PT Bank Jatim cabang Kraksaan, dengan beberapa pertimbangan yang di antaranya adalah komitmen PT Bank Jatim Cabang Kraksaan untuk memberikan pelayanan jasa terbaik kepada pelanggan yaitu nasabah yang melakukan pinjaman kredit. Dengan demikian adalah suatu tantangan bagi pihak PT Bank Jatim cabang Kraksaan untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang tinggi sehingga nasabah PT Bank Jatim Cabang Kraksaan akan puas terhadap produk jasa tersebut.

Dari uraian di atas, maka peneliti sangat tertarik untuk mempelajari atau meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan**

**Pelanggan (Survei pada Nasabah Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro PT. Bank Jatim (Persero) Cabang Kraksaan)".**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)?
2. Bagaimana pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)?
3. Manakah diantara variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)?

**C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
3. Mengetahui dan menjelaskan variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

#### **D. Kontribusi Penelitian**

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Aspek Akademis

Untuk meningkatkan dan menambah pengetahuan praktis bagi peneliti tentang permasalahan yang dihadapi suatu perusahaan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan jasa. Serta sebagai pembandingan maupun sebagai informasi tambahan bagi para akademis lain yang mengambil tema penelitian selanjutnya yang serupa.

2. Aspek Praktis

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.



## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan skripsi ini dikemukakan organisasi penulisan dengan tujuan agar lebih mudah mengikuti pembahasan skripsi. Organisasi penulisan tersebut disusun sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, ruang lingkup bahasan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan mengenai beberapa konsep dan landasan teori yang mendukung penelitian tentang kualitas layanan, penelitian terdahulu, dan bagan alur berpikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini meliputi jenis penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, sumber data, karakteristik populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran, pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menampilkan pembahasan mengenai beberapa tampilan data, deskripsi dan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari responden.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini mengemukakan adanya kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan dan uraian di Bab IV.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

##### 1. Krisnawati (2007)

Melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Pelangi I Malang) ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Kepastian (X3), Empati (X4) dan Berwujud (X5) baik parsial maupun menyeluruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Jenis penelitian yang digunakan untuk penelitian adalah *explanatory research* dengan variabel bebas Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Kepastian (X3), Empati (X4) dan Berwujud (X5) serta variabel terikat yaitu variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap 75 orang pelanggan Hotel Pelangi I Malang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sedangkan analisis data digunakan analisis korelasi, regresi linier berganda dan regresi parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dari Kualitas Pelayanan (X) mempunyai hubungan dan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama maupun parsial. Hasil analisis berganda menunjukkan variabel yang paling berpengaruh yaitu variabel Berwujud (X5) yang

memiliki koefisien regresi sebesar 0,510 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi menunjukkan nilai 0,777 yang menunjukkan bahwa 77,7% variabel bebas (X) yang di gunakan mempengaruhi variabel terikat (Y), sedangkan sisanya 23,3% dipengaruhi variabel lain, selain variabel yang digunakan dalam penelitian.

## 2. Agus (2009)

Melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Nasabah Tabungan Harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kraton Prima Abadi Pasuruan) ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara konsep kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan, Daya Tanggap, Kepastian, Empati dan Bukti Fisik, serta untuk mengetahui variabel manakah yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kraton Prima Abadi Pasuruan.

Jenis penelitian yang digunakan untuk penelitian adalah *explanatory research* dengan pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik terhadap variabel Kepuasan Pelanggan serta satu dari variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik memiliki pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap 84 orang nasabah tabungan harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kanton Prima Abadi Pasuruan dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*.



Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Keandalan, Daya Tanggap dan Empati mampu memberikan pengaruh signifikan, sedangkan variabel Jaminan dan Bukti Fisik memiliki pengaruh yang negatif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,326 dan setelah diadakan penyesuaian ( $\text{adjusted } R^2$ ) menjadi 0,283 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 28,3% dan sisanya 71,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah variabel Keandalan (*Reliability*) yang ditunjukkan t-hitung sebesar 2.427 dan koefisien regresi sebesar 0,387 yang berarti bahwa pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Pelanggan nasabah BPR Kraton Prima Abadi Pasuruan adalah sebesar 37,8%.

## **B. Jasa**

### **1. Pengertian Jasa (Pelayanan)**

Dalam kehidupan ekonomi, peranan sektor jasa semakin lama makin luas. Industri jasa telah mendominasi perekonomian dan bahkan mampu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Bersama dengan meningkatnya kualitas hidup masyarakat mendorong munculnya perusahaan-perusahaan baru yang berkembang di sektor jasa yang jika diperhatikan pada saat ini, persaingan antara perusahaan

jasa semakin tinggi dalam rangka mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Beberapa ahli juga mendefinisikan jasa sebagai berikut:

a. William J. Stanton dalam Alma (2009:243)

*Services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provides want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods.*

Artinya: jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang dapat diidentifikasi secara terpisah, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan benda-benda berwujud atau tidak. Apabila dalam wujud bentuk, maka hal tersebut tidak menjadi milik secara permanen oleh penggunanya.

b. Valerie.A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dalam Alma (2009:243)

*Services include all economic activities whose output is not a physical product of construction, is generally consumed at the time it is produced and provides added value in form (such as convenience, amusement, timeliness, comfort, or health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser.*

Artinya: Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya merupakan produk yang langsung dapat dikonsumsi secara langsung bersamaan dengan proses produksinya dan dapat memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, kenyamanan, kesehatan) yang mana semua halnya tidak berwujud.

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada produksi jasa bisa berkaitan dengan produksi secara fisik ataupun tidak, pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa tidak bisa dilihat dan dirasakan oleh konsumen sebelum konsumen membeli atau mendapatkan penyedia jasa. Konsumen juga tidak bisa memprediksikan apa hasil yang akan diperoleh dengan mengkonsumsi jasa kecuali setelah membelinya.

Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk, namun kinerjanya tidak berorientasi pada produk fisik melainkan menyampaikan produk tersebut dengan tindakan untuk dapat diterima para pelanggan. Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah pelanggan, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan. Jasa pada umumnya diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara produsen jasa dan pelanggan jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

## 2. Karakteristik Jasa

Perbedaan antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan, namun ada beberapa karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Menurut Tjiptono (2005:22-26), jasa memiliki empat karakteristik yang sangat mempengaruhi desain program pada implikasi pemasaran, yaitu:



- a. Tidak berwujud (*intangibility*). Jasa yang tidak dapat dikenali dengan lima indera manusia sebelum dibeli, yaitu dimana jasa tidak dapat dilihat, didengar, dicium, diraba ataupun dikecap, namun akan dapat dirasakan manfaatnya ketika jasa tersebut telah diperoleh.
- b. Tidak terpisahkan (*inseparability*). Jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, dimana penyedia jasa adalah bagian dari jasa tersebut, sehingga tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya.
- c. Bervariasi (*variability*). Jasa memiliki keanekaragaman, dimana mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa tersebut dengan dukungan waktu, tempat dan bagaimana penyediaannya.
- d. Tidak tahan lama (*perishability*), Jasa memiliki sifat yang tak tahan lama dikarenakan jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian karena akan habis manfaatnya/hilang ketika jasa tersebut telah terpakai

Dengan demikian agar lebih mudah mengenali jasa, maka dapat ditinjau mulai beberapa karakteristik yang menyertainya. Hal ini dikarenakan jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik).

### C. Kualitas

Goetsch dan Davis dalam Yamit (2005:8), mendefinisikan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pendekatan yang digunakan Goetsch Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Crosby dalam Nasution (2004:41), kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan, bila suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dengan meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi. Garvin dan Davis dalam Nasution (2004:41) menyatakan bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau pelanggan.

Meskipun tidak ada pengertian mengenai kualitas yang diterima secara universal, dari pengertian-pengertian yang ada terdapat beberapa kesamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Sementara itu J. M. Juran dikutip dalam Tjiptono (2000:24) mengartikannya sebagai cocok untuk digunakan (*fitness for use*) dan definisi ini sendiri memiliki dua aspek utama, yaitu :

1. Ciri-ciri produk yang memenuhi permintaan pelanggan

Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, membuat produk laku terjual, dapat bersaing dengan pesaing, meningkatkan pangsa pasar dan volume penjualan, serta dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

2. Bebas dari kekurangan

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pengerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan pelanggan, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil (*yield*) dan kapasitas, serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa.

Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam N.Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).



#### D. Pelayanan Jasa

Mendefinisikan kualitas jasa pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti: pemasaran, psikologi, dan strategi bisnis. Olsen dan Wiyckoff dalam Yamit (2005:22) mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

Collier dalam Yamit (2005:22) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa pelayanan merupakan suatu manfaat yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dengan tingkat kualitas yang baik agar harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan dapat terpenuhi

#### E. Kualitas Pelayanan Jasa

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan

pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dalam Lupiyoadi (2006:181).

Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Purnama (2006:19-20) memberikan pengertian kualitas pelayanan jasa sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Nasution (2004:47) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dianggap buruk.

Mengacu pada pengertian kualitas pelayanan jasa tersebut maka konsep kualitas layanan jasa adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Menurut Gronroos dalam Purnama (2006:20) menyatakan kualitas pelayanan jasa meliputi :

- a. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan yang terdiri dari dimensi kontak dengan pelanggan, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*.
- b. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan pelanggan, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika *output*.
- c. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata pelanggan.

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan jasa diukur dengan lima indikator pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

### **1. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa**

Sunarto (2003:244) mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu:

- a. Kinerja, yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.
- b. Interaksi Pegawai, yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.
- c. Keandalan, yaitu konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.
- d. Daya Tahan, yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.



- e. Ketepatan Waktu dan Kenyaman, yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.
- f. Estetika, yaitu lebih pada penampilan fisik barang atau toko dan daya tarik penyajian jasa.
- g. Kesadaran akan Merek, yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi pelanggan.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

- a. *Tangibles*, atau Bukti Fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability*, atau Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness*, atau Ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau Jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri

dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

- e. *Empathy*, atau Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Sedangkan Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2005:130-131) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.

- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yang kredibel, yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: *Tangibles* atau Bukti Fisik, *Reliability* atau Keandalan, *Responsiveness* atau Daya Tanggap, *Assurance* atau Jaminan, *Empathy* atau Empati.

## 2. Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa

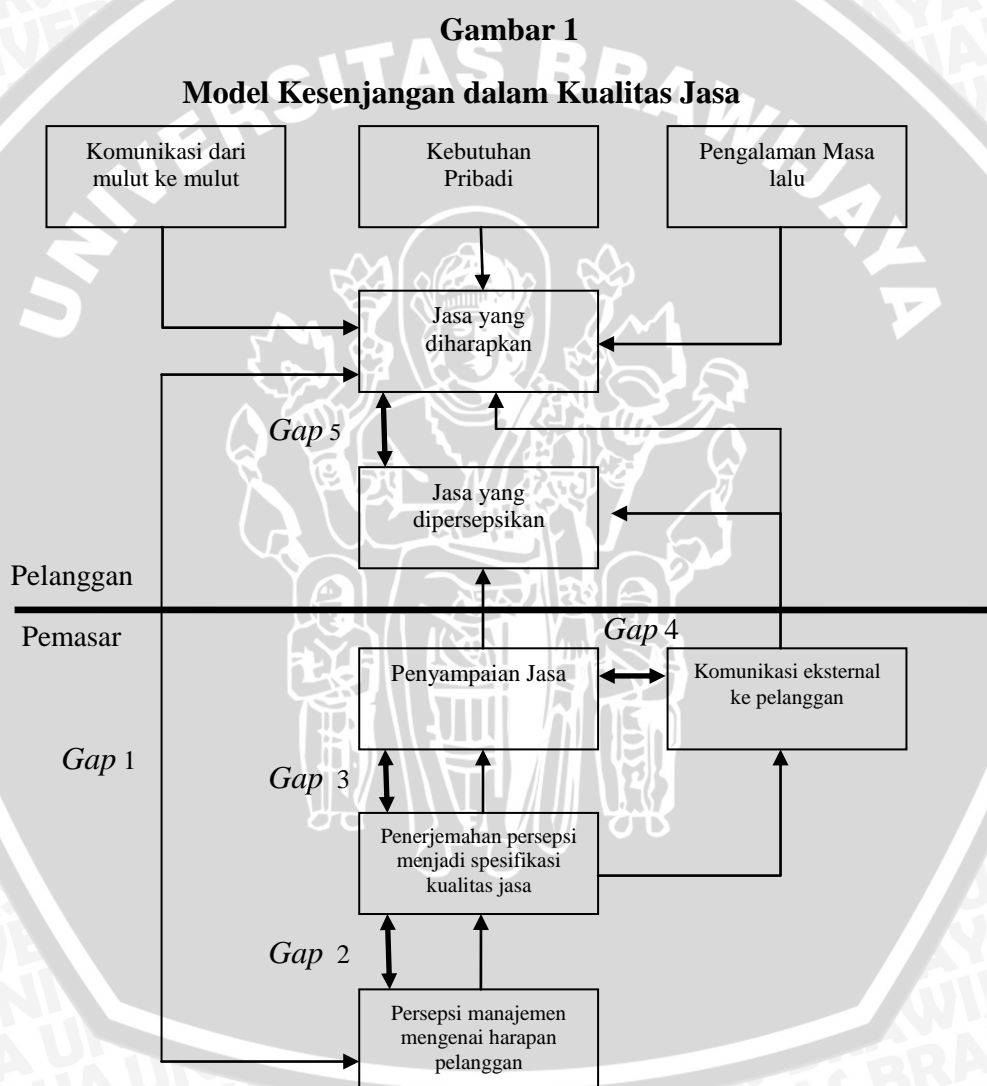
Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Untuk dapat mengelola jasa atau produk dengan baik dan berkualitas, maka



perusahaan harus mengenal dan memperhatikan lima kesenjangan yang berkaitan dengan sebab kegagalan perusahaan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) dikutip dalam Alma (2007:283) mengemukakan lima *Gap* (kesenjangan) tersebut sebagai berikut :

- a. *Gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen, yaitu manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan para pelanggan secara cepat. Terjadinya kesenjangan ini umumnya disebabkan karena kurang efektifnya komunikasi antara bawahan dengan atasan, kurangnya riset pemasaran dan tidak dimanfaatkannya riset pemasaran, serta terlalu banyak tingkat manajemen.
- b. *Gap* antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa atau produk, yaitu manajemen mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan, tetapi pihak manajemen tersebut tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu.
- c. *Gap* antara spesifikasi kualitas jasa atau produk dan cara penyampaian, yaitu karyawan perusahaan kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat atau tidak mau memenuhi standar atau mereka dihadapkan pada standar-standar yang bertentangan.
- d. *Gap* antara penyampaian jasa atau produk dan komunikasi eksternal, yaitu harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh wakil (*representatives*) dan iklan perusahaan. Kesenjangan ini sering terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

- e. *Gap* antara jasa atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan, yaitu kesenjangan yang terjadi bila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan dan salah dalam mempersepsikan kualitas jasa atau produk tersebut. *Gap* ini disebabkan karena adanya *Gap 1*, *Gap 2*, *Gap 3*, dan *Gap 4*.



Sumber: Alma, 2007:283

Zeithaml dan Bitner dalam Purnama (2006:35) menyebutkan bahwa *Gap* yang terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

a. *Gap* 1:

- 1) Orientasi riset pemasaran tidak seimbang
- 2) Kurang komunikasi ke atas
- 3) Fokus yang kurang mencukupi

b. *Gap* 2:

- 1) Tidak ada standar yang berorientasi kepada pelanggan
- 2) Kepemimpinan yang tidak memadai
- 3) Desain layanan yang tidak baik

c. *Gap* 3:

- 1) Penyimpanan kebijakan sumber daya manusia
- 2) Kegagalan menyesuaikan permintaan dan penawaran
- 3) Pelanggan tidak memainkan peran

d. *Gap* 4:

- 1) Manajemen harapan pelanggan yang tidak akurat
- 2) Janji yang berlebihan
- 3) Komunikasi horizontal (perusahaan-pelanggan) tidak memadai

### 3. Langkah-langkah untuk Mengurangi *Gap* Kualitas Pelayanan Jasa

Idealnya kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan sama dengan kualitas pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu agar pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, maka menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menghilangkan *gap* yang terjadi. Namun



jika upaya menghilangkan *gap* sulit dilakukan, paling tidak perusahaan harus berupaya mengurangi *gap* seminimal mungkin. Berry dalam Purnama (2006:36) memberikan kerangka komprehensif dan runtut untuk menghilangkan *gap* 1 hingga *gap* 4. Terdapat empat langkah untuk menghilangkan *gap* kualitas layanan, yaitu :

a. Menumbuhkan kepemimpinan yang efektif

Kepemimpinan merupakan penggerak utama perbaikan layanan. Tanpa layanan yang efektif, kepemimpinan tanpa visi dan arah yang jelas, serta tanpa bimbingan manajemen puncak, upaya pemberian pelayanan yang berkualitas tidak bisa diciptakan. Untuk mengembangkan kepemimpinan yang efektif, empat cara berikut bisa ditempuh, yaitu :

- 1) Mendorong kelancaran proses pembelajaran di kalangan top manajemen
- 2) Promosi orang yang tepat pada jabatan eksekutif puncak
- 3) Mendorong peran individu
- 4) Mengembangkan budaya saling percaya

b. Membangun sistem informasi pelayanan

Sistem informasi pelayanan yang efektif akan mengakomodasikan keinginan dan harapan pelanggan, mengidentifikasi kekurangan yang diberikan perusahaan, memandu alokasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan peningkatan kualitas layanan dan memungkinkan perusahaan mamantau pelayanan pesaing

c. Merumuskan strategi pelayanan

Strategi pelayanan adalah strategi untuk memberikan pelayanan dengan kualitas sebaik mungkin kepada pelanggan. Strategi pelayanan harus menjadi pedoman bagi pekerja sehingga pelaksanaan pekerjaan harus mengacu tujuan yang ditetapkan

#### d. Implementasi strategi pelayanan

Strategi pelayanan dapat diimplementasikan dengan efektif jika syarat-syarat berikut ini dipenuhi :

- 1) Struktur organisasi yang memungkinkan berkembangnya budaya perusahaan dengan titik berat pada perbaikan berkelanjutan, menjadi pedoman bagi perbaikan kualitas pelayanan, peningkatan kemampuan teknis sumber daya yang mendukung perbaikan kualitas pelayanan, serta memberikan solusi terhadap setiap persoalan yang menyangkut kualitas pelayanan.
- 2) Teknologi yang *applicable* untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi yang mendukung upaya perbaikan kualitas pelayanan.
- 3) Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas realisasi strategi pelayanan.

### F. Pengertian Kepuasan

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005:195). Sedangkan Kotler

(2003:61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya perbandingan antara harapan dan kinerja hasil yang dirasakan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing.

### **G. Pengertian Pelanggan**

Pelanggan adalah orang yang berperan dan bertujuan untuk mengkonsumsi produk barang dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhannya. Menurut Nasution (2001), pelanggan adalah semua orang yang menuntun orang atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar mutu tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada penampilan orang atau perusahaan.

Lupiyoadi (2001:143) mendefinisikan Pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Manajemen perusahaan L.L Bean, Freeport dan Maine dalam Nasution (2004:101) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu :

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung, tetapi produsen yang tergantung padanya.



2. Pelanggan adalah orang yang membawa kepada apa keinginannya, tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
3. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan. Pada dasarnya, dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem mutu modern Nasution (2004:102), yaitu :

1. Pelanggan internal, orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada pekerjaan perusahaan.
2. Pelanggan antara, orang yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk.
3. Pelanggan eksternal, pembeli atau pemakai akhir produk, sering disebut juga sebagai pelanggan nyata.

#### **H. Kepuasan Pelanggan**

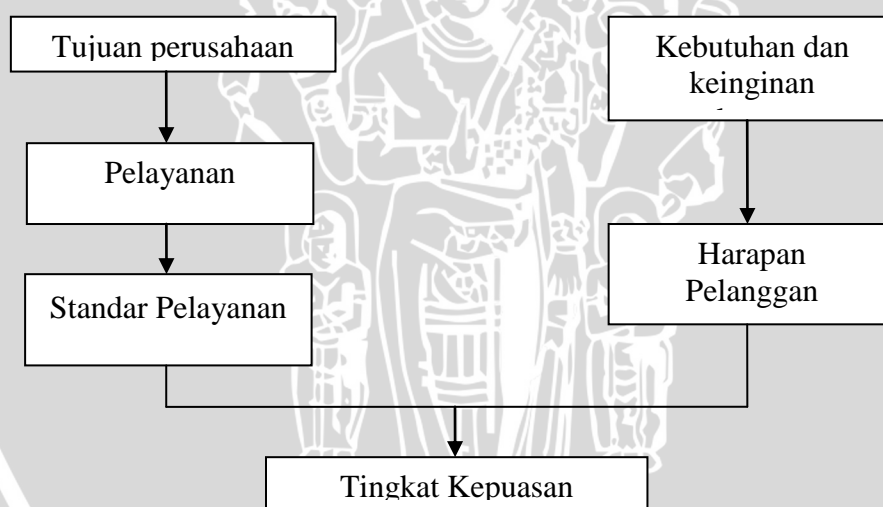
Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002:42).

Menurut Supranto (2001:44) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang

pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

**Gambar 2**  
**Konsep Tingkat Kepuasan Pelanggan**



Sumber: Nasution, 2004:104

Dari definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para pelanggan yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan pelanggan yang amat puas lebih

sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

### 1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler dalam Yamit (2005:80) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain:

#### a. Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap perusahaan.

#### b. Survei pelanggan

Survei pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

#### c. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan yang setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari



pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang telah berhenti membeli (*customer loss rate*) ini meningkat, maka hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

Implikasi dari pengukuran kepuasan pelanggan tersebut adalah pelanggan dilibatkan dalam pengembangan produk atau jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini berbeda dengan pelanggan dalam konsep tradisional, dimana mereka tidak dalam pengembangan produk, karena mereka berada di luar sistem. Tujuan untuk melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk dan jasa adalah agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, bahkan jika mungkin melebihi harapan pelanggan. Persepsi yang akurat mengenai harapan pelanggan merupakan hal yang perlu, namun tidak cukup untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus mewujudkan harapan pelanggan ke dalam desain dan standar kepuasan pelanggan. Desain dan standar kepuasan pelanggan dikembangkan atas dasar harapan pelanggan dan prioritasnya

## 2. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2005:210) metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis* (Tjiptono, 2002:34-35).

## I. Bank

Perbankan terutama bank umum merupakan suatu lembaga keuangan yang sangat penting perannya dalam sebuah kegiatan ekonomi dan perdagangan karena melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan oleh bank maka dapat melayani berbagai kebutuhan pada berbagai sektor ekonomi dan perdagangan. Sehingga bisa dibilang bahwa bank terutama bank umum merupakan inti dari sistem keuangan setiap negara.

## 1. Pengertian Bank

Berikut ini adalah pengertian dan definisi bank:

- a. UU No. 14/1967 Pasal 1 tentang Pokok-Pokok Perbankan, Bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.
- b. UU NO. 10 TAHUN 1998 tentang Perbankan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

## 2. Jenis Bank

Jenis Bank berdasarkan pasal 5 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, terdapat dua jenis Bank berdasarkan Undang-Undang yaitu:

- a. Bank Umum, Bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito dalam usahanya terutama dalam memberikan kredit jangka pendek.
- b. Bank Perkreditan Rakyat, Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

## 3. Fungsi Pokok Bank

Bank sebagai lembaga perantara keuangan memberikan jasa-jasa keuangan baik kepada pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana. Bank melakukan beberapa fungsi dasar sementara tetap



menjalankan kegiatan rutinnnya di bidang keuangan. Fungsi dasar Bank sebagaimana dikutip dalam Siamat (2001:88) dapat dilihat dan keterangan sebagai berikut:

- a. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi
- b. Menciptakan uang
- c. Menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat
- d. Menawakan jasa-jasa keuangan lain
- e. Menyediakan fasilitas untuk perdagangan internasional
- f. Menyediakan pelayanan penyimpanan untuk barang-barang berharga
- g. Menyediakan jasa-jasa pengelolaan dana.

#### **J. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah**

Persaingan yang semakin ketat dalam bisnis perbankan untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya dan menjadikan mereka nasabah yang loyal (pelanggan) mengharuskan perusahaan mengembangkan strategi pelayanan yang berfokus pada nasabah (*costumer focus*). Fenomena ini merupakan tantangan bagi perusahaan perbankan untuk merespon dan merancang strategi yang tepat. Mempertahankan nasabah harus mendapat prioritas utama daripada mendapat nasabah baru. Oleh karena itu, kepuasan nasabah merupakan aset yang harus dimiliki oleh Bank agar dapat mendatangkan pendapatan dan kelangsungan hidup bagi Bank itu sendiri.

Jasa merupakan salah satu di antara dua jenis produk yang bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan baru bisa dirasakan jika pemakai jasa membelinya sehingga memerlukan suatu tambahan variabel untuk di pasarkan. Berbagai pendukung kualitas pelayan jasa berupa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kelima variabel tersebut menentukan dalam meningkatkan nilai kualitas jasa yang dirasakan oleh pemakai jasa.

Masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis. Menurut Arief (2006:135), keputusan-keputusan seorang pelanggan untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang-jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan dinilai baik atau tidak tergantung kepada apakah tingkat layanan yang diperolehnya sesuai atau melebihi dari harapannya. Pelanggan akan merasa puas kalau harapannya terpenuhi. Menurut Lovelock dalam Arief (2006:174) menyatakan jika pelanggan merasakan pelaksanaan pelayanan lebih baik dari yang diharapkan mereka akan senang, namun bila hal tersebut dibawah harapan mereka maka mereka akan tidak puas. Kemudian menurut Feigenbaum (1986:7) dalam Nasution (2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu produk. Sehingga produk atau layanan

yang dihasilkan perusahaan harus memenuhi spesifikasi yang ditentukan pelanggan dan dinilai berkualitas, dengan kata lain kualitas harus selalu berfokus pada kepentingan pelanggan. Pernyataan-pernyataan ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan.

Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan. Konsumen yang merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan akan terus membeli produk yang ditawarkan, sehingga status konsumen akan berubah menjadi pelanggan. Salah satu cara untuk mentransformasi konsumen menjadi pelanggan adalah dengan memenuhi kepuasan dan memberikan kualitas pelayanan yang unggul. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan di antaranya akan mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan berdampak positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.

## **K. Model Konseptual dan Hipotesis**

### **1. Model Konseptual**

Sebuah penelitian harus mempunyai konsep yang jelas agar dapat tersusun secara terorganisir dan terarah. Pengertian konsep menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:33), adalah istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak : kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial.



Berdasarkan model konsep dapat diketahui adanya hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

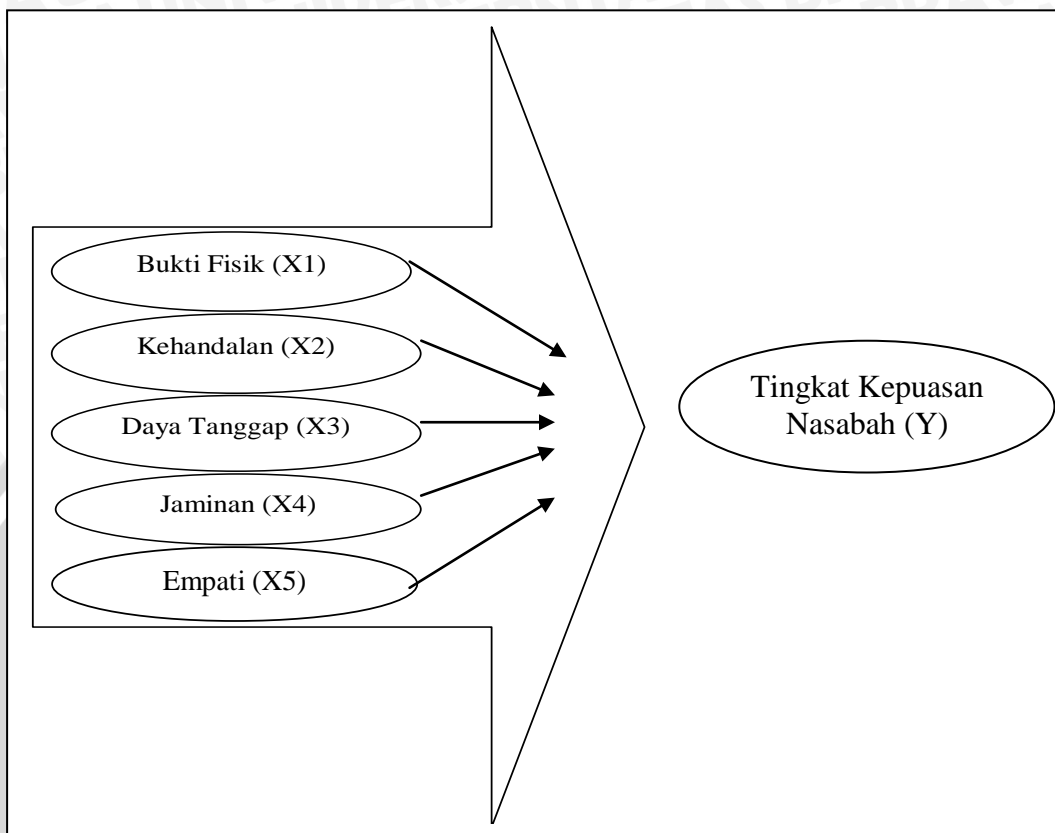


**Gambar 3**  
**Model Konseptual**

## 2. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang sifatnya sementara dan masih dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ini merupakan dugaan yang masih dimungkinkan benar atau salah. Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dituangkan kerangka pikir dan model hipotesis, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- a) Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
- b) Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
- c) Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) mempunyai pengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).



Keterangan:  
→ :Pengaruh secara Simultan (bersama-sama)  
→ :Pengaruh secara Parsial

**Gambar 4**  
**Model Hipotesis**

## L. Mapping Penelitian Terdahulu

**Tabel 1**  
**Mapping Penelitian Terdahulu**

Nama dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Prati (2007)</p> <p>Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Hotel Pelangi I Malang</p>	<p>Variabel Bebas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan (X1),</li> <li>• Daya Tanggap (X2)</li> <li>• Kepastian (X3)</li> <li>• Empati (X4)</li> <li>• Berwujud (X5)</li> </ul> <p>Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Jenis Penelitian : Penelitian Eksplanatory</p> <p>Populasi : Pelanggan Hotel Pelangi I Malang.</p> <p>Sampel : 75 orang</p> <p>Teknik <i>Sampling</i> : <i>Purposive Sampling</i></p> <p>Lokasi Penelitian : Hotel Pelangi I Malang</p> <p>Metode Pengumpulan Data : Kuesioner dan Dokumentasi</p> <p>Instrumen Penelitian : Kuesioner</p> <p>Teknik Analisis Data : analisis korelasi, regresi linier berganda dan regresi parsial.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel pelayanan (X) mempunyai hubungan dan pengaruh signifikan terikat yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.</p> <p>Hasil analisis berganda menunjukkan variabel yang berpengaruh terhadap variabel Berwujud (X5) yang memiliki koefisien regresi tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa 77,7% variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain, selain variabel yang digunakan dalam penelitian.</p>

Nama dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Prati (2009)</p> <p>Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Nasabah Tabungan Harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kantonprima Abadi Pasuruan</p>	<p>Variabel Bebas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan (X1),</li> <li>• Daya Tanggap (X2)</li> <li>• Kepastian (X3)</li> <li>• Empati (X4)</li> <li>• Berwujud (X5)</li> </ul> <p>Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Jenis Penelitian : Penelitian Eksplanatori</p> <p>Populasi : Nasabah Tabungan harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kantonprima Abadi Pasuruan</p> <p>Sampel : 84 orang</p> <p>Teknik <i>Sampling</i> : <i>Purposive Sampling</i></p> <p>Lokasi Penelitian : PT. Bank Perkreditan Rakyat Kantonprima Abadi Pasuruan</p> <p>Metode Pengumpulan Data : Kuesioner dan Wawancara</p> <p>Instrumen Penelitian : Kuesioner dan Pedoman Wawancara</p> <p>Teknik Analisis Data : Analisis Deskriptif dan Uji <i>Cochran Q test</i></p>	<p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Keandalan dan Empati mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,326 dan setelah diadakan penyesuaian (adjustment) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 28,8%, dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Didapatkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel Keandalan (<i>reliability</i>) dengan koefisien regresi sebesar 2.427 dan koefisien regresi sebesar pengaruh keandalan (<i>Reliability</i>) terhadap kepuasan pelanggan Kantonprima Abadi Pasuruan adalah sebesar 37,8%.</p>

Sumber: Perpustakaan Universitas Brawijaya, 2012



## M. Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2

Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan
1.	Krisnawati (2007)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Pelangi I Malang).	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lokasi Penelitian dilakukan di PT. Bank Jatim cabang Kraksaan sedangkan penelitian terdahulu lokasi penelitian dilakukan di Hotel Pelangi I Malang</li><li>• Jumlah sampel 98 orang, sedangkan penelitian terdahulu berjumlah 75 orang</li><li>• Teknik Sampling menggunakan <i>Accidental Sampling</i>, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teknik sampling <i>Purposive Sampling</i>.</li></ul>
2.	Agus (2009)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Nasabah Tabungan Harian PT. Bank Perkreditan Rakyat Kraton Prima Abadi Pasuruan).	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lokasi Penelitian dilakukan di PT. Bank Jatim cabang Kraksaan sedangkan penelitian terdahulu lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Perkreditan Rakyat Kraton Prima Abadi Pasuruan</li><li>• Jumlah sampel 98 orang, sedangkan penelitian terdahulu berjumlah 84 orang</li><li>• Teknik Sampling menggunakan <i>Accidental Sampling</i>, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teknik sampling <i>Purposive Sampling</i>.</li></ul>

Sumber: Data primer yang diolah



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:5) *explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. Hasan (2002:14), menjelaskan bahwa *explanatory research* atau penelitian penjelasan merupakan penelitian yang menggambarkan data yang sama dimana peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Penggunaan jenis penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga dengan pengajuan hipotesis akan diketahui signifikansi pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan jasa terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Kepuasan Nasabah.

#### B. Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

Untuk mengetahui apa yang akan diteliti, data apa yang akan dibutuhkan dan bagaimana mengukurnya, maka kegiatan penelitian ini akan dijabarkan melalui Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran.

##### 1. Konsep

Nazir (2003:123) mengemukakan bahwa konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat

generalisasi terhadap sesuatu yang khas. Dengan kata lain, konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak yang menggambarkan obyek penelitian tertentu. Oleh karena sifatnya yang abstrak agar suatu fenomena dapat di teliti maka ia harus di operasionalkan dengan cara menjabarkannya menjadi variabel-variabel tertentu. Dalam penelitian ini terdapat dua konsep utama yaitu:

a. Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi keinginan (harapan) pelanggan (Tjiptono, 2004:255). Di dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan penilaian pelanggan mengenai tingkat kepuasan yang mereka peroleh terhadap kualitas pelayanan pada nasabah Bank Jatim cabang Kraksaan.

b. Konsep Kepuasan Nasabah

Konsep Kepuasan Nasabah (Y) merupakan hasil perbandingan antara pelayanan aktual yang diterima nasabah dari Bank Jatim cabang Kraksaan dengan harapan-harapan yang mereka miliki saat memanfaatkan layanan Bank Jatim cabang Kraksaan.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:2). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :



a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2005:40) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bukti Fisik (X1)
- 2) Kehandalan (X2)
- 3) Daya Tanggap (X3)
- 4) Jaminan (X4)
- 5) Empati (X5)

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2005:39) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

### 3. Definisi Operasional

Menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:46), definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

a. Bukti Fisik (X1)

Bukti Fisik menurut Lupiyoadi (2006:182), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana

fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. Adapun indikator-indikator Bukti Fisik dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bangunan interior PT Bank Jatim cabang Kraksaan bagus dan menarik
- 2) Kebersihan lingkungan kantor PT Bank Jatim cabang Kraksaan
- 3) Kenyamanan lingkungan kantor PT Bank Jatim cabang Kraksaan
- 4) Kelengkapan fasilitas di PT Bank Jatim cabang Kraksaan
- 5) Kerapian karyawan PT Bank Jatim cabang Kraksaan

b. Kehandalan (X2)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Adapun indikator-indikator Kehandalan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kecepatan karyawan PT Bank Jatim cabang Kraksaan dalam melayani nasabah
- 2) Prosedur pelayanan registrasi kepada nasabah PT Bank Jatim cabang Kraksaan yang tidak berbelit-belit
- 3) Pelayanan PT Bank Jatim cabang Kraksaan yang memuaskan

c. Daya Tanggap (X3)

Daya Tanggap adalah kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat. Adapun indikator-indikator Daya Tanggap dalam penelitian ini adalah:

- 1) PT Bank Jatim cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah

- 2) Kesiediaan karyawan PT Bank Jatim cabang Kraksaan membantu nasabah
- 3) Kecepatan PT Bank Jatim cabang Kraksaan dalam menyelesaikan masalah

d. Jaminan (X4)

Yaitu mencakup kemampuan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan Jaminan. Adapun indikator-indikator Jaminan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Keramahan karyawan PT Bank Jatim cabang Kraksaan dalam melayani nasabah
- 2) Pengetahuan karyawan PT Bank Jatim cabang Kraksaan yang luas tentang jasa yang ditawarkan
- 3) Keamanan nasabah PT Bank Jatim cabang Kraksaan terjamin

e. Empati (X5)

Empati adalah kesiediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi nasabah. Dalam Lupiyoadi (2006:182), pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan pelanggan adalah termasuk dalam Empati. Adapun indikator-indikator Kepedulian dalam penelitian ini adalah:

- 1) PT Bank Jatim cabang Kraksaan mengerti keinginan nasabah
- 2) PT Bank Jatim cabang Kraksaan memahami keinginan nasabah



3) PT Bank Jatim cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah

f. Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Adapun indikator-indikator dari Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kenyamanan yang dirasakan nasabah PT Bank Jatim cabang Kraksaan pada saat pelayanan diberikan
- 2) Keyakinan nasabah PT Bank Jatim cabang Kraksaan atas pelayanan yang diberikan
- 3) Nasabah PT Bank Jatim cabang Kraksaan berminat untuk menggunakan jasa kembali
- 4) Perasaan puas atas perhatian yang diberikan PT Bank Jatim cabang Kraksaan
- 5) Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan PT Bank Jatim cabang Kraksaan

**Tabel 3**  
**Konsep, Variabel, Indikator dan Item**

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik (X1)	Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya	1. Bangunan interior kantor bagus dan menarik 2. Kebersihan lingkungan kantor 3. Kenyamanan lingkungan kantor 4. Kelengkapan fasilitas kantor 5. Kerapian karyawan
	Kehandalan (X2)	Kemampuan untuk memberikan jasa atau	1. Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah



Kepuasan Nasabah	Daya Tanggap (X3)	<p>pelayanan yang di janjikan dengan akurat dan terpercaya</p> <p>Kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Prosedur pelayanan registrasi kepada nasabah yang tidak berbelit-belit</li> <li>3. Pelayanan yang memuaskan</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan tanggap terhadap keluhan nasabah</li> <li>2. Kesiediaan karyawan terhadap keluhan nasabah</li> <li>3. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah</li> </ol>
	Jaminan (X4)	<p>kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya, resiko ataupun keaguan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keramahan karyawan dalam melayani nasabah</li> <li>2. Pengetahuan karyawan yang luas tentang jasa yang di tawarkan</li> <li>3. Keamanan nasabah terjamin</li> </ol>
	Empati (X5)	<p>Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi serta memahami keinginan nasabah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keramahan karyawan dalam melayani nasabah</li> <li>2. Perusahaan memahami keinginan nasabah</li> <li>3. Perusahaan mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah</li> </ol>
	Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Perasaan senang atau kecewa setelah memperoleh hasil yang dirasakan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyamanan yang dirasakan nasabah pada saat pelayanan diberikan</li> <li>2. Keyakinan nasabah atas pelayanan yang diberikan</li> <li>3. Nasabah berminat untuk menggunakan produk jasa kembali</li> <li>4. Perasaan puas atas perhatian yang diberikan perusahaan</li> <li>5. Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan</li> </ol>

#### 4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan Skala Likert. Menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:111) mengemukakan pendapat bahwa Skala Likert merupakan suatu cara yang lebih sistematis untuk memberi skor pada indeks. Cara pengukurannya adalah dengan

menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban.

Penelitian ini menggunakan program *SPSS for Windows ver 15*.

Adapun metode pengolahannya adalah sebagai berikut :

1) *Editing* (Pengeditan)

Memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

2) *Coding* (Pemberian Kode)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama.

3) *Scoring* (Pemberian Skor)

Scoring adalah suatu kegiatan yang berupa penelitian atau pengharapan yang berupa angka – angka kuantitatif yang diperlukan dalam penghitungan hipotesa. Atau mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Dalam penghitungan scoring digunakan skala Likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sugiyono, 2005:107):

- Skor 5 untuk jawaban sangat setuju.
- Skor 4 untuk jawaban setuju.
- Skor 3 untuk jawaban netral.
- Skor 2 untuk jawaban tidak setuju.
- Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.



## C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi

Populasi atau *universe* adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006:223). Sedangkan populasi menurut Umar (2003:77) di artikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Sehubungan dengan penelitian ini, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan jasa pengambilan pinjaman kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim cabang Kraksaan pada waktu dilaksanakan penelitian. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, jenis usaha, jumlah pendapatan dan pendidikan.

### 2. Sampel

Menurut Arikunto (2006:131) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Di dalam suatu penelitian, maka peneliti tidak perlu meneliti semua anggota di dalam populasi karena akan memerlukan waktu, biaya dan

tenaga yang besar. Oleh karena itu, sampel dapat di ambil agar penelitian dapat dilakukan secara efisien. Dengan meneliti sebagian dari populasi tersebut, diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi.

**Tabel 4**  
**Jumlah Nasabah Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank**  
**Jatim Cabang Kraksaan pada tahun 2012**

No	Tahun	Jumlah Nasabah UKM/Mikro yang Masih Aktif
1	2010	30 Orang
2	2011	80 Orang
3	2012	130 Orang

Sumber: Bank Jatim Cabang Kraksaan, 2012

Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel adalah rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

N = Ukuran populasi

n = Banyaknya sampel

e = Presisi yang digunakan 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang diambil yaitu:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1} = \frac{130}{130(0.05^2) + 1} = 98.11$$

n = 98,11 responden

$n = 98$  responden

Jadi, berdasar perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 orang responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel, hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan Teknik pengambilan sampel tanpa sengaja (*accidental sampling*). Yang dimaksud dengan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel. Sehingga siapa saja nasabah yang kebetulan bertemu di Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan peneliti (yang merupakan nasabah kredit program UKM/Mikro) akan dijadikan sampel.

Dalam teknik ini sampel dipilih berdasarkan penilaian atau pandangan dari peneliti berdasarkan tujuan dan maksud penelitian. Peneliti memilih elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel, karena peneliti percaya bahwa elemen-elemen tersebut adalah wakil dari populasi.

## D. Pengumpulan Data

### 1. Lokasi Penelitian



Penelitian ini dilakukan di perusahaan jasa Perbankan PT Bank Jatim (BPD) yang berlokasi di JL Raya PB. Sudirman No 144 Kecamatan Kraksaan Probolinggo. Dasar pertimbangan dalam pemilihan lokasi penelitian adalah Bank Jatim cabang Kraksaan merupakan salah satu perusahaan di bidang Perbankan jasa simpanan dan pinjaman yang berkembang, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui standar kualitas pelayanan yang harus diberikan kepada nasabah serta semakin diperlukannya jasa pinjaman dana untuk mendirikan atau pembangunan kegiatan bisnis.

## **2. Sumber Data**

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner, pencatatan yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian yang diperoleh dari data-data penting data jumlah nasabah pengambilan kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro di PT Bank Jatim cabang Kraksaan.

## **3. Metode Pengumpulan Data**

Nasir (2003:174) menyatakan pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Hasan (2002:83) mendefinisikan pengumpulan data sebagai pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik

sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, maka dibutuhkan data yang benar-benar valid, sehingga analisis yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden dengan panduan kuesioner yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada nasabah kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro sebagai sampel penelitian sehingga diperoleh data yang akurat tentang permasalahan yang diteliti. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup, serta cara pengumpulan data dengan mengadakan pencatatan dokumen-dokumen tertentu perusahaan sebagai pelengkap atau penunjang penelitian.

#### **4. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan Daftar Kuesioner. Daftar kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang berupa laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui data dan informasi tentang kepuasan nasabah yang diperoleh dari hasil secara kuantitatif atas pendapat nasabah dalam memperoleh pelayanan atau kinerja aktual Bank Jatim Cabang Kraksaan. Serta pengumpulan data dengan mengadakan pencatatan

dokumen-dokumen tertentu perusahaan sebagai pelengkap atau penunjang penelitian.

## E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan *valid* apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji tingkat validitas data dalam penelitian ini, menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus *Product Moment*:

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Arikunto, 2006:170})$$

Keterangan :

$R_{xy}$  = indeks korelasi antara dua variabel yang di korelasikan

$n$  = jumlah sampel

$X$  = variabel bebas

$Y$  = variabel terikat

Dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikansi 5%, suatu *item* instrumen dapat diketahui kevalidannya. Apabila signifikansi hasil korelasi dibawah 0,05 (5%), instrumen dinyatakan *valid*. Sebaliknya, bila signifikansi hasil korelasi di atas 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak *valid*.



## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006:178) reabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus Alpha Cronbach yaitu:

$$r_{30} = \frac{k}{(k-1)} \left( 1 - \frac{\sum O_b^2}{O_t^2} \right) \quad (\text{Arikunto, 2006:196})$$

Keterangan :

$r_{30}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum O_b^2$  = jumlah varians butir

$O_t^2$  = jumlah varians total

Instrumen dapat dikatakan reliabel (handal) apabila nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0,6. Sedangkan apabila nilai  $\alpha$  sebesar 0,6 atau kurang dari 0,6 secara umum mengidentifikasi kehandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan.

## F. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisis *corelation product moment*. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows version 15.0. nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar dari pada signifikansi menunjukkan bahwa sebagai *item* yang *valid*. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach

Alpha dengan menggunakan nilai kritis sebesar 0.600 sebagai pembanding.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel di bawah ini:

### 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik (X1)

**Tabel 5**

#### **Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik (X1)**

<b>Bukti Fisik (X1)</b>	<b>r hitung</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
-Item X1.1	0,685	0,000	<i>Valid</i>
-Item X1.2	0,680	0,000	<i>Valid</i>
-Item X1.3	0,662	0,000	<i>Valid</i>
-Item X1.4	0,723	0,000	<i>Valid</i>
-Item X1.5	0,652	0,000	<i>Valid</i>
Cronbach's Alpha: 0.707			<i>Reliabel</i>

Berdasarkan Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Bukti Fisik (X1) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.707 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

### 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kehandalan (X2)

**Tabel 6**

#### **Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kehandalan (X2)**

<b>Kehandalan (X2)</b>	<b>r hitung</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
-Item X2.1	0,822	0,000	<i>Valid</i>
-Item X2.2	0,754	0,000	<i>Valid</i>
-Item X2.3	0,720	0,000	<i>Valid</i>
Cronbach's Alpha: 0.647			<i>Reliabel</i>

Berdasarkan Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Keandalan (X2) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.647 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

### 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X3)

**Tabel 7**

**Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X3)**

<b>Daya Tanggap (X3)</b>	<b>r hitung</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
-Item X3.1	0,904	0,000	<i>Valid</i>
-Item X3.2	0,910	0,000	<i>Valid</i>
-Item X3.3	0,628	0,000	<i>Valid</i>
Cronbach's Alpha: 0.680			<i>Reliabel</i>

Berdasarkan Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Daya Tanggap (X3) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.680 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

### 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Jaminan (X4)

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Jaminan (X4) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item*



tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.818 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

**Tabel 8**

**Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Jaminan (X4)**

Jaminan (X4)	r hitung	Signifikansi	Keterangan
-Item X4.1	0,828	0,000	<i>Valid</i>
-Item X4.2	0,874	0,000	<i>Valid</i>
-Item X4.3	0,874	0,000	<i>Valid</i>
Cronbach's Alpha: 0.818			<i>Reliabel</i>

**5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Empati (X5)**

**Tabel 9**

**Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Empati (X5)**

Empati (X5)	r hitung	Signifikansi	Keterangan
-Item X5.1	0,922	0,000	<i>Valid</i>
-Item X5.2	0,862	0,000	<i>Valid</i>
-Item X5.3	0,862	0,000	<i>Valid</i>
Cronbach's Alpha: 0.731			<i>Reliabel</i>

Berdasarkan Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Empati (X5) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.731 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

## 6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 10

### Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah (Y)	r hitung	Signifikansi	Keterangan
-Item Y.1	0,858	0,000	Valid
-Item Y.2	0,647	0,000	Valid
-Item Y.3	0,648	0,000	Valid
-Item Y.4	0,649	0,000	Valid
-Item Y.5	0,749	0,000	Valid
Cronbach's Alpha: 0.750			Reliabel

Berdasarkan Tabel 10 di atas menunjukkan bahwa semua *item* pertanyaan /pernyataan variabel Empati (X5) mempunyai tingkat signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan *valid* dan hasil perhitungan reliabilitas Cronbach Alpha diperoleh hasil 0.731 yang lebih besar dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliabel* untuk keseluruhan *item* tersebut.

## G. Metode Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta *item* yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Data yang diperoleh diolah kemudian ditabulasikan dalam tabel setelah itu dibahas secara deskriptif.

Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, baik dalam jumlah responden maupun dalam angka prosentase.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Merupakan persamaan matematika yang menyatakan hubungan antara sebuah variabel terikat dengan variabel bebas. Metode ini digunakan untuk mengetahui variabel yang dominan memberi sumbangan terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien regresi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien regresi. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n \quad (\text{Rangkuti, 2007:153})$$

Keterangan :

$\alpha_0$  : konstanta

$\beta$  : koefisien regresi

X : variabel bebas yang terdiri dari variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), variabel Kehandalan ( $X_2$ ), variabel Daya tanggap ( $X_3$ ), variabel Jaminan ( $X_4$ ), dan variabel Empati ( $X_5$ )

Y : variabel terikat Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)



Berdasarkan hipotesis yang telah diumuskan, maka metode pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

**a. Analisis Uji F (secara simultan / bersama-sama)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, Kuncoro (2001:98). Dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas yaitu variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) yang dihasilkan dari persamaan regresi secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Uji F secara bersama-sama dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)} \quad (\text{Rangkuti, 2007:154})$$

Keterangan :

F = rasio pendekatan distribusi normal

$R^2$  = koefisien determinan berganda

k = jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan terhadap penerimaan atau penolakan  $H_0$  dilihat dari nilai signifikansi  $F_{hitung}$  dibandingkan nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 (5%). Jadi, jika signifikansi  $F_{hitung} (p) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya jika signifikansi  $F_{hitung} (p) > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Jika  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas secara bersama-sama mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan jika  $H_0$  diterima berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

#### **b. Analisis Uji t (secara parsial)**

Uji secara parsial yaitu uji statistik secara individu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Kuncoro (2001:97). Koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus uji t adalah:

$$t = \frac{b}{s_b}$$

(Rangkuti, 2007:155)

Keterangan:

$b$  = koefisien regresi

$s_b$  = standar error koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan terhadap penerimaan atau penolakan  $H_0$  dilihat dari nilai signifikansi  $t_{hitung}$  dibandingkan nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 (5%). Jadi, jika signifikansi  $t_{hitung} (p) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya jika signifikansi  $t_{hitung} (p) > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Jika  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan jika  $H_0$  diterima berarti variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Semua perhitungan dalam analisis data ini diolah dengan menggunakan program *Statistical Program for Social Science (SPSS) 15.0 for Windows*.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Penyajian Data

##### 1. Gambaran Umum Perusahaan

###### a. Sejarah Singkat Perusahaan

Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur yang saat ini dikenal dengan sebutan Bank Jatim, didirikan pada tanggal 17 Agustus 1961 di Surabaya. Landasan hukum pendirian adalah Akte Notaris Anwar Mahajudin Nomor 91 tanggal 17 Agustus 1961 dan dilengkapi dengan landasan operasional Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor BUM.9-4-5 tanggal 15 Agustus 1961. Selanjutnya berdasar Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan, pada tahun 1967 dilakukan penyempurnaan melalui Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur Nomor 2 Tahun 1976 tanggal 10 Juli 1976 yang menyangkut Status Bank Pembangunan dari bentuk Perseroan Terbatas (PT) menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Secara operasional dan seiring dengan perkembangannya, maka pada tahun 1990 Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur meningkatkan statusnya dari Bank Umum menjadi Bank Umum Devisa, hal ini ditetapkan dengan Surat Keputusan Bank Indonesia Nomor

23/28/KEP/DIR tanggal 2 Agustus meningkatkan profesionalitas dan independensi sebagai pelayan masyarakat di bidang jasa keuangan, dipandang perlu untuk mengubah bentuk badan hukum dari Badan Usaha Milik Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT) berdasarkan Akta Notaris R. Sonny Hidayat Julisty, SH No. 1 Tanggal 1 Mei 1999 dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. L-8227.HT.01.01 Th 1999 tanggal 5 Mei 1999.

Sebagai salah satu peserta Program Rekapitulasi, pada tahun 2002 Bank Jatim telah berhasil melakukan percepatan penyelesaian Program Rekapitulasi. Dengan struktur permodalan yang lebih kokoh penerapan prudential banking dan pengendalian risiko yang lebih baik serta dukungan dari semua pihak, Bank Jatim semakin mantap dalam melangkah guna memberikan yang terbaik di masa-masa mendatang.

#### **b. Lokasi Perusahaan**

Bank Jatim Cabang Kraksaan terletak di Jl. PB Sudirman no 144. Lokasinya strategis berada di sebelah selatan alun-alun Kraksaan membuat Bank Jatim Cabang Kraksaan sangat mudah di akses dari seluruh penjuru Kecamatan Kraksaan.

Alamat : Jl. PB Sudirman No 144 Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo

No Telepon : (0335) 841382, Fax: (0335) 841123, 382451

**c. Visi dan Misi Perusahaan**

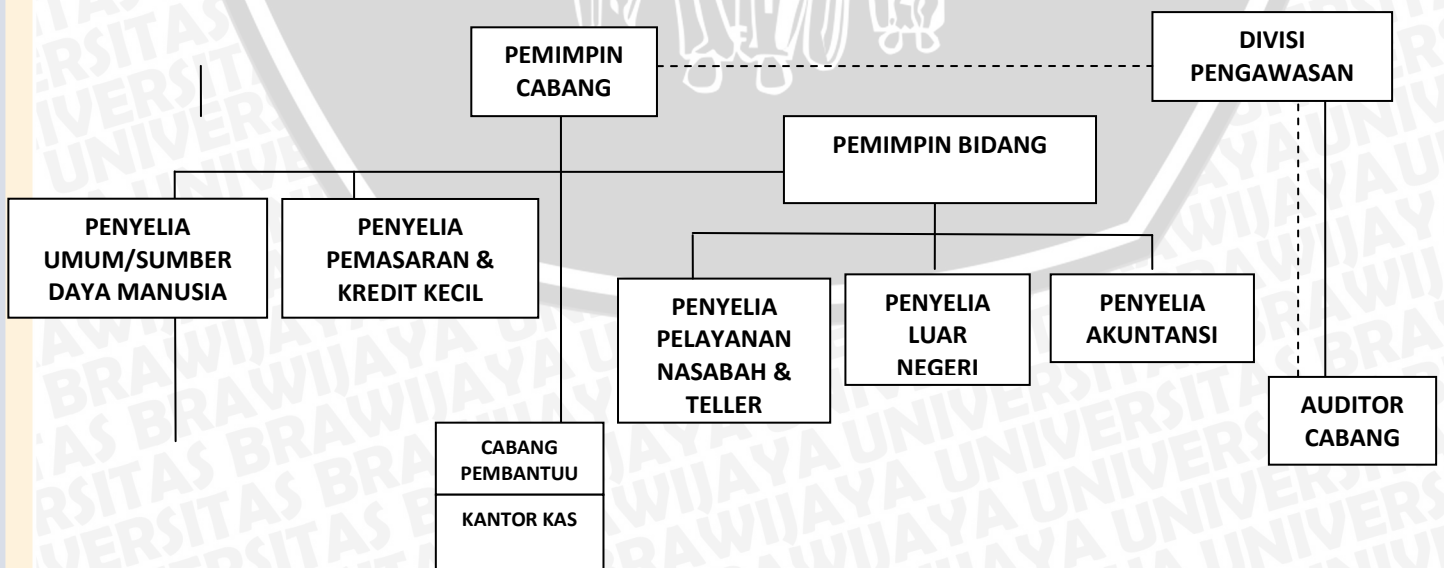
- 1) **Visi**, Sebagai perusahaan perbankan yang sehat, berkembang secara wajar serta memiliki manajemen dan sumber daya manusia yang profesional
- 2) **Misi**, Sebagai Bank yang mendorong pertumbuhan potensi ekonomi daerah serta ikut mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah dan memperoleh laba yang optimal.

**2. Struktur Organisasi Perusahaan**

PT Bank Jatim Cabang Kraksaan mempunyai fungsi pokok untuk melaksanakan kegiatan operasional di wilayah kerjanya. Untuk dapat melaksanakan fungsi pokoknya maka perlu pembagian tugas dan wewenang dan tugasnya adalah sebagai berikut:

**Gambar 5**

**Struktur Organisasi PT. Bank Jatim Cabang Kraksaan**





Sumber: Bank Jatim cabang Kraksaan, 2012

a. Pemimpin Cabang

Pemimpin Cabang membawahi Pemimpin Bidang Operasional, Pemimpin Cabang Pembantu, Divisi Pengawasan, Pemimpin Kantor Kas, Penyelia Pemasaran dan Kredit, Penyelia Umum/SDM dan Penyelia *Payment Point*.

b. Pemimpin Bidang Operasional

Pemimpin Bidang Operasional membawahi Penyelia Pelayanan Nasabah dan Teller, Penyelia Akuntansi dan Penyelia Luar Negeri.

c. Divisi Pengawasan

Mempunyai tugas pokok, yaitu:

- 1) Melakukan pengawasan dan penelitian atas semua kegiatan di masing-masing unit kerja (penyelia) agar sesuai dengan ketentuan.
- 2) Melakukan pencegahan timbulnya kesalahan dalam pelaksanaan tugas di masing-masing penyelia serta membuat laporan atas hasil pengamatan yang dilakukan bila dipandang perlu.
- 3) Melayani petugas pemeriksa/pengawas baik dari pihak intern maupun ekstern untuk kepentingan pemeriksaan.
- 4) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan dalam tugas-tugas pokok diatas.

d. Penyelia Umum/Sumber Daya Manusia

Mempunyai tugas-tugas pokok, yaitu:

- 1) Menyelenggarakan kesekretariatan, personalia, umum, dan usaha lainnya.
- 2) Menyelenggarakan perhitungan/pembayaran gaji, pajak dan asuransi pegawai.
- 3) Mengelola barang persediaan, inventaris dan aset serta pengamanannya termasuk asuransi.
- 4) Mengadakan pencatatan dan pendistribusian barang persediaan.
- 5) Menyelenggarakan kas kecil.
- 6) Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan biaya yang ada di bawah lingkungan wewenangnya.
- 7) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan di atas.

e. Penyelia Pemasaran dan Kredit

Penyelia Pemasaran dan Kredit membawahi beberapa *Account Officer* dan *Asistant Administrasi*. Adapun mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- 1) Menghimpun dana dan mengelola dana dalam bentuk perkreditan dalam batas wewenang Cabang.
- 2) Menganalisa permohonan Kredit dan Bank Garansi dengan jumlah/*planfont* sesuai wewenangnya.

- 3) Melakukan koordinasi dengan kantor pusat berkaitan dengan penyaluran kredit dengan jumlah *planfont* tertentu yang pemrosesan permohonan kreditnya dilaksanakan oleh kantor pusat.
- 4) Melakukan penelitian, Penilaian dan analisa terhadap permohonan Kredit Kecil, Menengah, Mikro dan Program serta melaksanakan Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDW).
- 5) Menangani penyelesaian kredit yang tergolong kurang lancar, diragukan, macet dan dihapus bukukan serta mengupayakan langkah-langkah penyelamatan.
- 6) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan dalam tugas-tugas pokok di atas.

f. Penyelia Luar Negeri

- 1) Mengadakan pelayanan, penyelesaian pembiayaan transaksi-transaksi ekspor, impor dan usaha valuta asing.
- 2) Mengadakan kerjasama dengan Bank-Bank koresponden.
- 3) Melaksanakan semua kegiatan di bidang luar negeri dan valuta asing.
- 4) Mengadakan pengamatan posisi valuta asing bank dan mutasi rekening valuta asing.
- 5) Membuat laporan-laporan ke Bank Indonesia.
- 6) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan dalam tugas-tugas pokok di atas.



g. Penyelia Pelayanan Nasabah dan Teller

Membawahi beberapa Petugas Pelayanan Nasabah dan Teller dan mempunyai tugas-tugas pokok, yaitu:

- 1) Menyelesaikan permohonan nasabah dan calon nasabah dalam hubungannya dengan penjualan produk dan jasa bank.
- 2) Mengusahakan secara aktif bertambahnya nasabah-nasabah baru.
- 3) Melaksanakan pelayanan domina/prima agar hubungan yang terjalin dapat berkesinambungan dan saling menguntungkan melalui program Layanan Prima.
- 4) Memberikan pelayanan permohonan referensi bank.
- 5) Melaksanakan agenda administrasi operasi di bidang Giro, Deposito, Tabungan, Kas Daerah, Transfer, Inkaso, Kliring tagihan lainnya dan jasa perbankan lainnya serta memelihara daftar hitam nasabah.
- 6) Menyelenggarakan kegiatan kantor kas, kas keliling atau kas mobil dan penyimpanan uang kas.
- 7) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan di atas.

h. Penyelia Akuntansi

- 1) Membuat laporan keuangan secara berkala (bulanan & mingguan) ke BI
- 2) Melakukan analisa dan laporan keuangan cabang.
- 3) Menjaga agar instalasi komputer beserta alat pendukungnya siap dioperasikan.

- 4) Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar uraian jabatannya yang belum dijabarkan di atas.

### 3. Kegiatan Usaha Perusahaan

#### a. Produk

Produk PT Bank Jatim dalam menghimpun dana dari masyarakat berupa:

- 1) Rekening Giro
- 2) Deposito Berjangka
- 3) Tabungan
- 4) Cek Dinda

PT Bank Jatim menawarkan beberapa skim perkreditan yang antara lain :

- 1) Kredit Umum
- 2) Kredit Program:
  - a) Kredit pola eksecuting
    - Kredit Pemilikan Rumah
    - Kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro
    - Kredit Kahanan Pangan
    - Kredit Dana Penguatan Modal (DPM)
    - Kredit Skim Pelayanan Pembiayaan Pertanian (SP3)
  - b) Kredit pola channeling/penerusan (dana bergulir)
    - Kredit Umum Pembiayaan Tenaga Kerja Indonesia
    - Koperasi Simpan Pinjam
    - Subsidi BBM
    - Sertifikasi Hak atas Tanah

- Bank Padi
- Sentra Kulakan Koperasi
- Badan Ketahanan Pangan
- Kredit Penunjang Ekspor/Usaha Kecil Menengah dan Koperasi

Pelayanan jasa lain yang diberikan PT Bank Jatim, antara lain:

- 1) Bank Garansi (Jaminan Bank)
- 2) Pengiriman Uang dalam rupiah maupun valuta asing
- 3) Inkaso dalam rupiah maupun valuta asing
- 4) Referensi Bank
- 5) *Safe Deposit Boxes*
- 6) Pelayanan Transaksi Perdagangan Luar Negeri
- 7) Pembayaran Tagihan Telepon, Listrik dan Air
- 8) Pembayaran Pajak
- 9) Pedagang Valuta Asing.
- 10) Real Time Gross Settlement (RTGS)
- 11) Pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT)
- 12) Layanan ATM

#### **b. Gambaran Produk Penelitian**

Pada penelitian ini produk yang dijadikan obyek penelitian pada Bank Jatim Cabang Kraksaan adalah produk di bidang kredit yaitu program kredit pola eksecuting kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro. Produk tersebut adalah salah satu jenis jasa program perkreditan untuk



alternatif para pengusaha kecil menengah di sekitar daerah naungan Bank Jatim Cabang Kraksaan sehingga mereka dapat melakukan pinjaman dana untuk meningkatkan usahanya dengan dana sebesar maksimal Rp. 25.000.000,00 (Dua Puluh Lima Juta Rupiah) atau kurang dari sama dengan Rp. 25.000.000,00. Produk Usaha Kecil Menengah / Mikro memiliki jangka waktu cicilan penulasan paling lambat sampai dengan selama 2 tahun atau 24 bulan. Pihak Bank Jatim Cabang Kraksaan juga memberikan kebijakan dengan suku bunga sebanyak 5% per tahun serta menyimpan atau memiliki barang jaminan dari para nasabah dengan harga yang setara dengan jumlah pinjaman yang diambil oleh para nasabah dengan berdasarkan undang-undang yang berlaku serta yang telah di tetapkan dan disepakati bersama oleh direksi perusahaan dan pemerintah.

### **c. Promosi**

#### **1) Daerah Pemasaran**

Daerah pemasaran PT. Bank Jatim Cabang Kraksaan meliputi kantor Cabang Kraksaan kemudian kantor Cabang Pembantu Kecamatan Maron, kantor Kas yang berada di kecamatan Dringu, kantor Kas RSUD Waluyo Jati yang berada di Rumah Sakit daerah Kelurahan Kandang Jati Kulon dan kantor Kas PP Nurul Jadid yang berada di Pondok Pesantren Nurul Jadid Kecamatan Paiton.

#### **2) Saluran Distribusi**

Saluran Distribusi untuk pelayanan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Kraksaan dimulai dari distribusi pusat, yaitu kantor Pusat / Cabang Utama yang berada di Jl. Basuki Rahmat 98-104 Surabaya, kemudian ke seluruh Cabang Bank Jatim (BPD) yang ada di sekitar daerah Jawa Timur.

## **B. Analisis Hasil**

### **1. Deskriptif Responden**

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah total 98 orang responden yang terdiri dari kuesioner bagi responden nasabah kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan dari 98 buah kuesioner. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah orang atau nasabah yang melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim cabang Kraksaan. Dari hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa gambaran umum mengenai karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jumlah pendapatan, dan frekuensi penggunaan jasa pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim Cabang Kraksaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan melalui tabel diskriptif responden yang akan di tampilkan sebagai berikut:

### a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu proses pembelian, jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas dan keputusan pembelian yang dilakukan oleh seseorang. Komposisi responden nasabah menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 11 berikut ini:

**Tabel 11**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	51	52,04
2	Perempuan	47	47,96
	<b>Jumlah</b>	98	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 51 orang responden (52,04%), dan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang responden (47,96%). Dengan demikian jumlah responden jenis kelamin laki-laki dengan perempuan yang melakukan pinjaman kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro hampir sama banyaknya dikarenakan seorang pengusaha tidak memandang jenis kelamin dikarenakan siapa saja bebas melakukan kegiatan usaha dan juga tergantung beragam jenis usaha yang dikerjakan.

### b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia



Usia dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang. Semakin tinggi tingkat usia, maka semakin banyak memiliki pengalaman dan keputusan yang diambil akan dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang lebih matang. Komposisi usia responden nasabah dapat dilihat pada Tabel 12 sebagai berikut:

**Tabel 12**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20 - 30	45	45,92
2	31- 40	34	34,69
3	Lebih dari 40 tahun	19	19,39
	<b>Jumlah</b>	98	100

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 45 orang responden (45,92%), jumlah responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 34 orang responden (34,69%), dan jumlah responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 19 orang responden (19,39%). Dengan demikian jumlah responden yang berusia 20-30 tahun adalah yang lebih banyak melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro dikarenakan pada saat ini terdapat banyak pengusaha yaitu pengusaha-pengusaha muda yang melakukan kegiatan usaha atau untuk memulai bisnis.

### c. Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur tingkat intelektualitas seseorang. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula tingkat intelektualitasnya. Komposisi responden nasabah menurut tingkat pendidikan disajikan pada Tabel 13 berikut ini:

**Tabel 13**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA / Sederajat	41	41,84
2	Diploma	35	35,71
3	S1	22	22,45
	<b>Jumlah</b>	98	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMA / Sederajat berjumlah 41 orang responden (41,84%), jumlah responden dengan pendidikan terakhir Diploma berjumlah 35 orang responden (35,71%), dan jumlah responden yang berpendidikan terakhir S1 adalah berjumlah 22 orang responden (22,45%). Dengan demikian dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak adalah nasabah berdasarkan tingkat pendidikan dengan lulusan SMA / Sederajat dikarenakan masyarakat yang setelah lulus dari SMA yang tidak melanjutkan pendidikannya yang lebih tinggi cenderung memilih bekerja dengan melakukan kegiatan usaha sendiri atau berwira usaha.

#### d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Tingkat pendapatan seseorang akan menjadi pertimbangan dalam memilih sebuah jenis jasa pinjaman usaha, yaitu dengan melihat status perusahaan jasa pinjaman usaha tersebut seperti harga, suku bunga dan jumlah nominal yang telah ditetapkan sebelumnya. Komposisi responden nasabah menurut tingkat pendapatan per bulannya disajikan pada Tabel 14 berikut ini:

**Tabel 14**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

No	Jumlah Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Kurang dari Rp. 1.500.000,00	24	24,49
2	Rp. 1.500.000,00 – Rp. 3.000.000,00	43	43,88
3	Lebih dari Rp. 3.000.000,00	21	21,43
	<b>Jumlah</b>	98	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.500.00,00 sebanyak 24 orang responden (24,49%), kemudian responden yang berpendapatan Rp. 1.500.000,00 – Rp.3.000.000,00 sebanyak 43 orang (43,88%) dan responden yang berpendapatan lebih dari Rp.3.000.000,00 sebanyak 21 orang responden (21,43%). Dengan demikian dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak yang melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro adalah responden yang berpenghasilan rata-rata



perbulan sejumlah Rp.1.500.000,00 – Rp.3.000.000,00 dikarenakan nasabah cenderung lebih memilih jenis produk pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro sesuai dengan jumlah pinjaman yang diambil yaitu kurang dari 25 juta rupiah.

**e. Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Kredit Program UKM / Mikro**

Frekuensi responden penggunaan jasa pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro pada Bank Jatim cabang Kraksaan menjelaskan adanya bentuk kepuasan yang sudah diperoleh sebelumnya. Komposisi responden nasabah menurut frekuensi responden penggunaan jasa pinjaman Kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro pada Bank Jatim cabang Kraksaan disajikan pada Tabel 15 berikut ini :

**Tabel 15**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Kredit Program Usaha Kecil Menengah / Mikro**

No	Jumlah Pinjaman	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 kali	51	52,04
2	2 – 3 kali	33	33,67
3	Lebih dari 4 kali	14	14,29
	<b>Jumlah</b>	98	100

Sumber: Data primer yang di olah

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah /

Mikro 1 kali sebanyak 51 orang responden (52,04%), jumlah responden yang telah melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro 2-3 kali sebanyak 33 orang responden (33,67%), dan jumlah responden yang telah melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro lebih dari 4 kali sebanyak 14 orang responden (14,29%). Dengan demikian dapat dilihat bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden dengan jumlah melakukan pinjaman jenis kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro sebanyak 1 kali di karenakan banyaknya pengusaha baru yang ingin mencoba melakukan pinjaman kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim Cabang Kraksaan serta merasa cocok dengan produk kredit program Usaha Kecil Menengah / Mikro tersebut.

## **2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian**

Tanggapan responden terhadap variabel penelitian merupakan tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi tanggapan tentang Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Kepuasan Nasabah. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan.

Distribusi dari masing-masing kategori tanggapan responden untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

### **a. Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Fisik (X1)**

Bukti Fisik (*tangible*) menunjukkan kondisi peralatan, gedung, tempat parkir, dan penampilan karyawan. Penelitian ini menggunakan 5 indikator *tangible* untuk mengukur tanggapan nasabah terhadap Bukti Fisik pada Bank Jatim Cabang Kraksaan. Hasil tanggapan nasabah terhadap variabel Bukti Fisik (*tangible*) dijelaskan pada Tabel 16 sebagai berikut:

**Tabel 16**

**Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik (X1)**

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik	54	55,1	43	43,8	1	1,02	-	-	-	-	4,54
2	Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih	59	60,2	37	37,7	2	2,04	-	-	-	-	4,58
3	Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman	55	56,12	40	40,8	3	3,06	-	-	-	-	4,53
4	Fasilitas yang ditawarkan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap	50	51,02	47	47,95	1	1,02	-	-	-	-	4,50
5	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi	47	47,9	50	51,02	1	1,02	-	-	-	-	4,47
<b>Grand Mean: 4,52</b>												

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 16 menunjukkan bahwa sebagian besar responden nasabah memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya tanggapan responden



keseluruhan menunjukkan kepuasan yang sangat tinggi terhadap variabel Bukti Fisik pada Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,52

Variabel Bukti Fisik (X1) mempunyai 5 *item* yang terdiri dari bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik, lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih, lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman, fasilitas yang ditawarkan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi.

Pada *item* bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 orang responden (55,1%), yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang responden (43,8%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki bangunan yang bagus dan menarik.

Pada *item* lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 orang responden (60,02%), yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang responden (37,7%), yang menyatakan netral sebanyak 2 orang responden (2,06%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki lingkungan yang bersih.

Pada *item* Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman yang menyatakan sangat setuju sebanyak 55 orang responden (56,12%), yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang responden (40,8%), yang menyatakan netral sebanyak 3 orang responden (3,06%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki lingkungan yang nyaman.

Pada *item* fasilitas yang ditawarkan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang responden (51,02%), yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang responden (47,95%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki fasilitas yang lengkap.

Pada *item* Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang responden (47,9%), yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang responden (51,02%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi.

#### **b. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kehandalan (X2)**

Kehandalan (*reliability*) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang segera, akurat, dan memuaskan.

Penelitian ini menggunakan tiga *item reliability* untuk mengukur tanggapan nasabah terhadap Keandalan pelayanan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

Tabel 17 menunjukkan bahwa hasil tanggapan nasabah terhadap variabel Keandalan (*reliability*) sebagian besar nasabah memberikan tanggapan setuju. Artinya, tanggapan responden keseluruhan menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap variabel Keandalan (*reability*) pada Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,39.

Hasil tanggapan responden terhadap Keandalan dijelaskan pada Tabel 17 sebagai berikut:

**Tabel 17**

**Tanggapan Responden terhadap Keandalan (X2)**

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	%
1	Karyawan di Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah	41	41,83	53	54,08	4	4,08	-	-	-	-	4,38
2	Prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit Kraksaan bersih	44	44,89	53	54,08	1	1,02	-	-	-	-	4,44
3	Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah	38	38,77	57	58,16	3	3,06	-	-	-	-	4,36
<b>Grand Mean:</b>												<b>4,39</b>



Sumber : Data primer yang diolah

Variabel Kehandalan (X2) mempunyai 3 *item* yang terdiri dari karyawan di Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah, prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit dan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah.

Pada *item* karyawan di Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 orang responden (41,83%), yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang responden (54,08%), yang menyatakan netral sebanyak 4 orang responden (4,08%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pelayanan yang cepat.

Pada *item* prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang responden (44,89%), yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang responden (54,08%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.

Pada *item* Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah yang menyatakan sangat setuju

sebanyak 38 orang responden (38,77%), yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang responden (58,16%), yang menyatakan netral sebanyak 3 orang responden (3,06%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan.

**c. Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap (X3)**

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan pemberian pelayanan kepada nasabah dengan cepat dan tanggap. Penelitian ini menggunakan tiga indikator *responsiveness* untuk mengukur ketanggapan karyawan dan pihak Bank Jatim Cabang Kraksaan terhadap nasabahnya.

Hasil tanggapan responden terhadap Daya Tanggap dijelaskan pada Tabel 18 berikut:

**Tabel 18**  
**Tanggapan Responden terhadap Daya Tanggap (X3)**

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	%
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah	64	65,30	33	33,67	1	1,02	-	-	-	-	4,64
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah	53	54,08	45	45,91	-	-	-	-	-	-	4,54
3	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah	62	63,26	35	35,71	1	1,02	-	-	-	-	4,62
<b>Grand Mean:</b>											<b>4,60</b>	

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 18 menunjukkan bahwa hasil tanggapan nasabah terhadap variabel Daya Tanggap (*responsiveness*) sebagian besar responden nasabah memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya, tanggapan responden keseluruhan menunjukkan kepuasan yang sangat tinggi terhadap variabel Daya Tanggap (*responsiveness*) pada Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,60.

Variabel Daya Tanggap (X3) mempunyai 3 *item* yang terdiri dari karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 64 orang responden (65,30%), yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang responden (33,67%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 53 orang



responden (55%), yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang responden (45,91%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62 orang responden (63,26%), yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang responden (35,71%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah.

#### **d. Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan (X4)**

Jaminan (*assurance*) menunjukkan pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh pemberi jasa. Penelitian ini menggunakan tiga indikator *assurance* untuk mengukur tanggapan nasabah mengenai jaminan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan kepada nasabahnya. Hasil tanggapan responden terhadap Jaminan dijelaskan pada Tabel 19 sebagai berikut:

Tabel 19

## Tanggapan Responden terhadap Jaminan (X4)

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah	44	44,89	52	53,06	2	2,04	-	-	-	-	4,43
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan	55	56,12	43	43,87	-	-	-	-	-	-	4,56
3	Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah	51	52,04	46	46,93	1	1,02	-	-	-	-	4,51
<b>Grand Mean:</b>											<b>4,5</b>	

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 19 menunjukkan bahwa hasil tanggapan nasabah terhadap variabel Jaminan (*assurance*) sebagian besar responden nasabah memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya tanggapan responden keseluruhan menunjukkan kepuasan yang sangat tinggi terhadap variabel Jaminan (*Assurance*) pada Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,5.

Variabel Jaminan (X4) mempunyai 3 *item* yang terdiri dari karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan dan Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang responden (44,89%), yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang responden (53,06%), yang menyatakan netral sebanyak 2 orang responden (2,04%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 55 orang responden (56,12%), yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang responden (43,87%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan.

Pada *item* Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang responden (52,04%), yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang responden (46,93%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah.

**e. Tanggapan Responden terhadap Variabel Empati (X5)**



Empati (*empathy*) menunjukkan kepedulian dan perhatian kepada nasabah secara individual. Penelitian ini menggunakan tiga indikator *empathy* untuk mengukur tanggapan nasabah terhadap perhatian yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan kepada nasabah. Hasil tanggapan responden nasabah terhadap variabel Empati (*empathy*) dijelaskan pada Tabel 20 sebagai berikut:

**Tabel 20**  
**Tanggapan Responden terhadap Empati (X5)**

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah	63	64,28	32	32,65	3	3,06	-	-	-	-	4,61
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah	69	70,40	27	27,55	2	2,04	-	-	-	-	4,68
3	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah barang jaminan nasabah	88	89,79	1	10,20	-	-	-	-	-	-	4,90
<b>Grand Mean:</b>											<b>4,73</b>	

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 20 menunjukkan bahwa sebagian besar responden nasabah memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya, responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap variabel Empati (*Empathy*) pada Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,73.

Variabel Empati (X5) mempunyai 3 *item* yang terdiri dari karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 63 orang responden (64,28%), yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang responden (32,65%), yang menyatakan netral sebanyak 3 orang responden (3,06%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 69 orang responden (70,40%), yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang responden (27,55%), yang menyatakan netral sebanyak 2 orang responden (2,04%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah.

Pada *item* karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 88 orang responden (89,79%), yang menyatakan setuju sebanyak 10 orang responden (10,20%). Dari hasil tersebut menunjukkan

bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah.

#### **f. Tanggapan Responden terhadap Variabel Tingkat Kepuasan**

##### **Nasabah (Y)**

Kepuasan nasabah merupakan suatu perasaan di dalam diri seseorang terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika menjadi seorang nasabah pada Bank Jatim cabang Kraksaan. Penelitian ini menggunakan 5 indikator kepuasan nasabah untuk mengukur tanggapan nasabah terhadap kepuasan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan.

Tabel 21 menunjukkan bahwa sebagian besar responden nasabah memberikan tanggapan sangat setuju. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan *grand mean* 4,51.

Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) mempunyai 5 *item* yang terdiri dari merasa nyaman pada saat karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan, merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan, selalu berminat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Cabang Kraksaan kembali, merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan



Bank Jatim Cabang Kraksaan. Hasil tanggapan nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah di jelaskan pada Tabel 21 sebagai berikut:

**Tabel 21**

**Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Merasa nyaman pada saat karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan	48	48,97	50	51,02	-	-	-	-	-	-	4,49
2	Merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan	60	61,22	35	35,71	3	3,06	-	-	-	-	4,58
3	Selalu berminat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Cabang Kraksaan kembali	53	54,08	44	44,89	1	1,02	-	-	-	-	4,53
4	Merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan	52	53,06	44	44,89	2	2,04	-	-	-	-	4,51
5	Merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan	46	46,94	51	52,04	1	1,02	-	-	-	-	4,46
<b>Grand Mean:</b>											<b>4,51</b>	

Sumber : Data primer yang diolah

Pada *item* merasa nyaman pada saat karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 orang responden (48,97%), yang menyatakan setuju

sebanyak 50 orang responden (51,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa adanya perasaan nyaman pada saat karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan.

Pada *item* merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 orang responden (61,22%), yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang responden (35,71%), yang menyatakan netral sebanyak 3 orang responden (3,06%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa adanya perasaan yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan.

Pada *item* selalu berminat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Cabang Kraksaan kembali yang menyatakan sangat setuju sebanyak 53 orang responden (54,08%), yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang responden (44,89%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa selalu berminat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Cabang Kraksaan kembali.

Pada *item* merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang responden (53,06%), yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang responden (44,89%), yang menyatakan netral sebanyak 2 orang responden (2,04%). Dari hasil tersebut menunjukkan

bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

Pada *item* merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang responden (46,94%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang responden (52,04%), yang menyatakan netral sebanyak 1 orang responden (1,02%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan bagaimana pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y), membuktikan bagaimana pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dan membuktikan manakah diantara variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan



program komputer *SPSS for Windows* versi 15.0. Selengkapnya terdapat pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel 22 berikut ini:

**Tabel 22**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah**

Variabel	Koefesien Regresi	t hitung	Sig.	Beta	Keputusan terhadap H0
(Constant)	-1,779	-0,906	0,367	—	Ditolak
(X1)	0,234	2,822	0,006	0,217	Ditolak
(X2)	0,280	3,210	0,002	0,232	Ditolak
(X3)	0,496	5,004	0,000	0,331	Ditolak
(X4)	0,229	1,995	0,049	0,161	Ditolak
(X5)	0,375	3,376	0,001	0,252	Ditolak
R	= 0,796				
R Square	= 0,634				
Adjusted R Square	= 0,614				
F hitung	= 32,247				

Sumber : Data primer yang diolah

Pengujian analisis regresi berganda tersebut dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 atau dengan tingkat kepercayaan 95%. Pada analisis regresi linier berganda ini dilakukan uji F yang digunakan untuk menguji variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) secara bersama-sama. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh

nilai F hitung sebesar 32,247 dengan signifikansi sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak maka hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dapat diterima. Besarnya sumbangan (kontribusi) dari variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dapat dilihat *Adjusted R Square* sebesar 0.614, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah adalah sebesar 61.4% sedangkan sisanya sebesar 38,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan di penelitian ini.

Selanjutnya dari analisis tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = -1.779 + 0.234X_1 + 0.280X_2 + 0.496X_3 + 0.229X_4 + 0.375X_5$

#### 4. Analisis Regresi Parsial

Uji regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh antara sebuah variabel bebas terhadap variabel terikat, sementara jumlah variabel bebas lainnya diduga ada pertautannya dengan variabel terikat tersebut bersifat konstan. Analisis regresi ini juga digunakan untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau

tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ ). Untuk mengetahui variabel mana yang dominan pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y), dapat dilihat melalui hasil pengujian antara variabel-variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) yang mempunyai nilai t hitung atau koefisien beta yang paling besar. Secara parsial pengujiannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh variabel Bukti Fisik (X1) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y):

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Daya Tanggap (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0.234 dengan nilai t hitung sebesar 2.822 yang lebih besar dari t tabel 1.995. Dengan probabilitas sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara parsial variabel Daya Tanggap (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

b. Pengaruh variabel Kehandalan (X2) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y):

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Kehandalan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ )



apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0.280 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3.210 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1.995. Dengan probabilitas sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara parsial variabel Kehandalan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

c. Pengaruh variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ):

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0.496 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 5.004 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1.995. Dengan probabilitas sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara parsial variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

d. Pengaruh variabel Jaminan ( $X_4$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ):

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Jaminan ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan

dengan besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0.229 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 1.995 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1.995. Dengan probabilitas sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara parsial variabel Jaminan ( $X_4$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

e. Pengaruh variabel Empati ( $X_5$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ):

Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha=0.05$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0.375 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3.376 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1.995. Dengan probabilitas sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara parsial variabel Empati ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

### C. Pembahasan

Dari hasil uji-F dan uji  $t$  yang ada pada hasil analisis regresi linier berganda di atas telah menunjukkan bukti empiris dari data bahwa hasil hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ada pengaruh simultan yang signifikan antara variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan secara umum cukup baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Hasil selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam lima dimensinya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan yang terbentuk tersebut akan menjadi dasar untuk keputusan selanjutnya dan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Berikut ini dijelaskan pengaruh dari variabel-variabel Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah:

1. Variabel Bukti Fisik (X1):

Variabel Bukti Fisik (X1) mempunyai pengaruh yang positif sebesar 23,4% dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Dengan hasil uji regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Bukti Fisik terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Data hasil penelitian dapat menjelaskan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik, lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih, lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman, fasilitas yang ditawarkan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi.

Dengan kata lain kepuasan nasabah akan meningkat apabila bukti fisik yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kraksaan ditingkatkan. Dengan adanya



peningkatan bukti fisik yang dimiliki dan kepuasan nasabah maka akan mendukung tujuan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

## 2. Variabel Kehandalan (X2):

Variabel Kehandalan (X2) mempunyai pengaruh yang positif sebesar 28% dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Dengan hasil uji regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kehandalan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Data hasil penelitian dapat menjelaskan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila karyawan di Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah, prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit dan Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah

Dengan kata lain kepuasan nasabah akan meningkat apabila kehandalan yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kraksaan ditingkatkan. Dengan adanya peningkatan kehandalan yang dimiliki dan kepuasan nasabah maka akan mendukung tujuan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

## 3. Variabel Daya Tanggap (X3):

Variabel Daya Tanggap (X3) mempunyai pengaruh yang positif sebesar 49,6% dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Dengan hasil uji regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Daya Tanggap terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Variabel Daya Tanggap merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya dibandingkan dengan variabel lain.

Data hasil penelitian dapat menjelaskan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah.

Dengan kata lain kepuasan nasabah akan meningkat apabila daya tanggap yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kraksaan ditingkatkan. Dengan adanya peningkatan daya tanggap yang dimiliki dan kepuasan nasabah maka akan mendukung tujuan Bank Jatim Cabang Kraksaan.

#### 4. Variabel Jaminan (X4):

Variabel Jaminan (X4) mempunyai pengaruh yang positif sebesar 22,9% dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Dengan hasil uji regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Jaminan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Data hasil penelitian dapat menjelaskan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan dan Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah.

Dengan kata lain kepuasan nasabah akan meningkat apabila jaminan yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kraksaan ditingkatkan. Dengan adanya peningkatan jaminan yang dimiliki dan kepuasan nasabah maka akan mendukung tujuan Bank Jatim cabang Kraksaan.

#### 5. Variabel Empati (X5):

Variabel Empati (X5) mempunyai pengaruh yang positif sebesar 37,5% dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Dengan hasil uji regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Empati terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Data hasil penelitian dapat menjelaskan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah, karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah dan karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah.

Dengan kata lain kepuasan nasabah akan meningkat apabila empati yang dimiliki Bank Jatim Cabang Kraksaan ditingkatkan. Dengan adanya peningkatan empati yang dimiliki dan kepuasan nasabah, maka akan mendukung tujuan Bank Jatim Cabang Kraksaan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) sebesar 61.4% terhadap variabel terikat yaitu variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dengan signifikansi sebesar 0.05 ( $p < 0.05$ ). Nilai koefisien determinasi yang di sesuaikan (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan mempengaruhi variabel terikat sebesar 0.614 sedangkan sisanya sebesar 0.386 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial dapat ditunjukkan pengaruh signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (X1) sebesar 23.4%, Kehandalan (X2) sebesar 28%, Daya Tanggap (X3) sebesar 49.6%, Jaminan (X4) sebesar 22.9% dan Empati (X5) sebesar 37.5% terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Pengaruh yang signifikan diwujudkan dengan nilai t yang semuanya  $< 0.05$ .
3. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda juga dapat ditunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel Tingkat Kepuasan

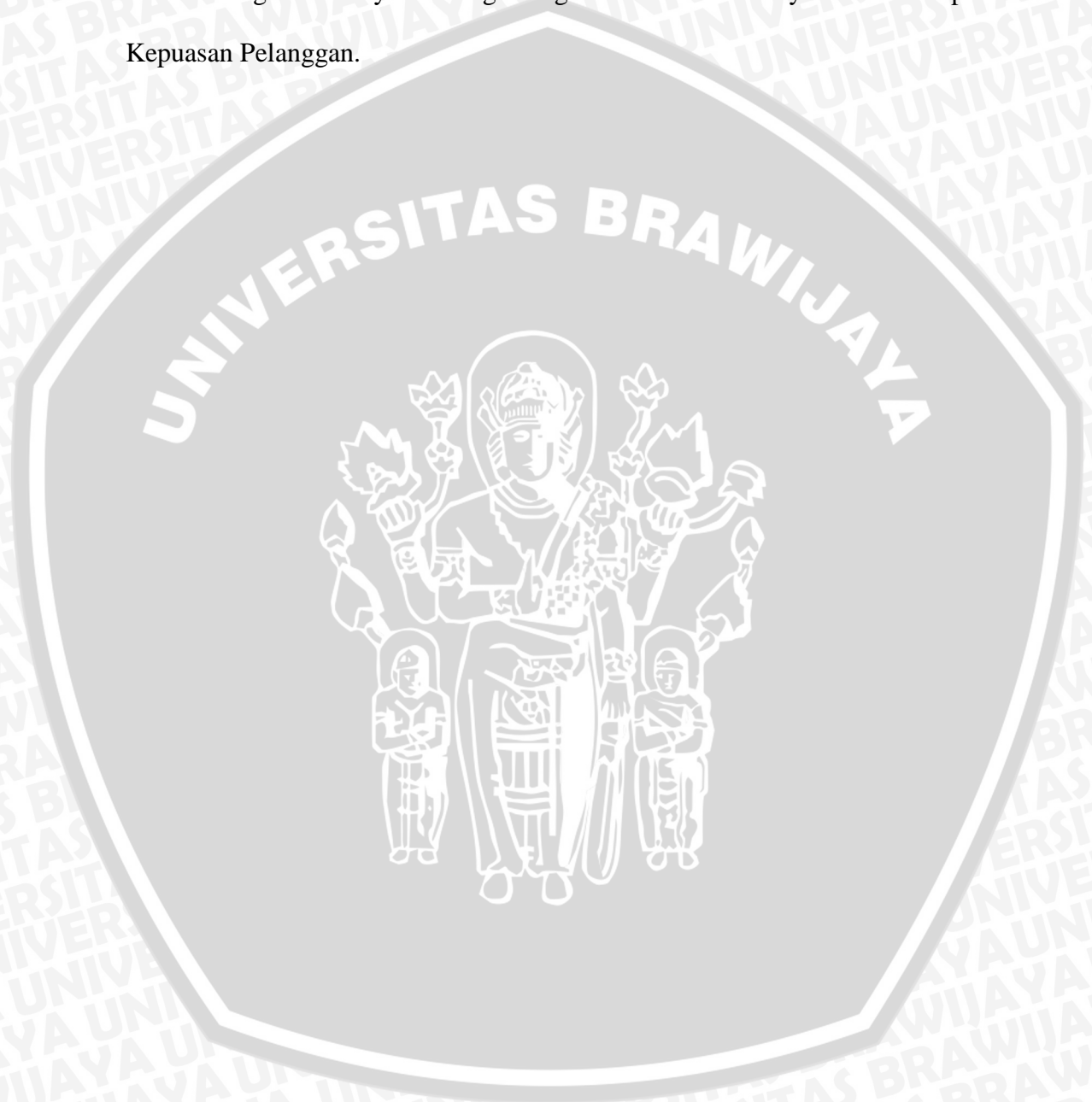
Nasabah (Y) adalah variabel Daya Tanggap (X3) yang memiliki koefisien regresi sebesar 0.496 dengan tingkat signifikansi 0.000. Memiliki t hitung terbesar yaitu 5.004 dibanding variabel lainnya.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan diketahui adanya hubungan antara kualitas pelayanan yang dimiliki antara lain Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah, maka Bank Jatim cabang Kraksaan hendaknya terus menerus mengelola kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jatim cabang Kraksaan yang pada akhirnya memberikan keuntungan jangka panjang bagi Bank Jatim cabang Kraksaan.
2. Dengan diketahui bahwa variabel Daya Tanggap adalah sebagai variabel yang paling dominan dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah maka hendaknya Bank Jatim cabang Kraksaan berusaha meningkatkan daya tanggap terhadap keluhan nasabah, selalu siap untuk membantu nasabah dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah.
3. Peningkatan dan pengembangan kualitas pelayanan Bank Jatim cabang Kraksaan berupa peningkatan kualitas sumber daya manusia, teknologi dan manajemen kualitas pelayanan perlu dilakukan secara terus-menerus disesuaikan dengan kebutuhan nasabah Bank Jatim cabang Kraksaan.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang khususnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Ahmad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi tidak Diterbitkan*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Ed. Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arief, Muhtosim. 2006. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Edisi Pertama. Malang: Bayumedia.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi: Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2002a. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Hendra Teguh. Jilid Satu, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_, Philip. 2002b. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Hendra Teguh. Jilid Satu, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Krisnawati, Arni. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi tidak Diterbitkan*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nazir, Mohamad. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.

Rangkuti, Freddy. 2003. *Riset Pemasaran*. Cetakan Keenam. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_, Freddy. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT SUN.

Siamat, Dahlan. 2001, *Manajemen Lembaga Keuangan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Bumi Askara.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (Edisi 2008). *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Kesembilanbelas. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Stanton, William. J. 1992. *Fundamentals of Marketing*. (Edisi Indonesia oleh Sadu Sundani). Jakarta.: Erlangga.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.

Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, cetakan keempat. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

**Lampiran 1****KUESIONER****PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Survei pada Nasabah Kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro PT. Bank Jatim (Persero)  
Cabang Kraksaan)**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat, saya :

Nama : Fauzi Bogie Nugroho

NIM : 0710323069

Alamat : Jl. Argopuro Perum Pondok Indah 1 Kel. Kandang Jati Kulon

Kraksaan Probolinggo

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Daftar pertanyaan ini berisi tentang pengaruh (*tangibles*) bukti fisik, (*reliability*) kehandalan, (*responsiveness*) daya tanggap, (*assurance*) jaminan dan (*empathy*) kepedulian terhadap kepuasan konsumen / nasabah menggunakan jasa pinjaman kredit UKM / Mikro (Usaha Kecil Menengah).

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Fauzi Bogie Nugroho



**BAGIAN I : IDENTIFIKASI PELANGGAN PERUSAHAAN**

Petunjuk Pengisian :

- a. Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
- b. Berilah tanda (X) atau lingkaran (O) pada pilihan yang telah disediakan.
- c. Nomor responden tidak perlu diisi.

1. No. Responden (diisi peneliti)

--	--

2. Nama Responden (boleh tidak di isi)

.....

3. Alamat

.....

4. Usia: .....

5. Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

6. Pendidikan Terakhir Anda :

- a. SMU/ Sederajat/di bawahnya
- b. Diploma
- c. S1
- d. S2

7. Pendapatan :

- a. Kurang dari Rp 1.000.000,00
- b. Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00
- c. Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00
- d. Lebih dari Rp 3.000.000,00

8. Pekerjaan :

- a. PNS
- b. Pegawai Perusahaan Swasta
- c. Wiraswasta
- e. Pelajar/Mahasiswa
- f. Lain-lain.....

9. Berapa kali Anda menggunakan jasa pinjaman kredit Usaha Kecil Menengah / Mikro di Bank Jatim Cabang Kraksaan?

- a. 1 kali
- b. 2-3 kali
- c. Lebih dari 4 kali

**BAGIAN II :**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ( Survei Nasabah Kredit PT. Bank Jatim (Persero) Cabang Kraksaan)**

**A. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda (V) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut.

Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu antara 1-5, yang mempunyai arti :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Biasa Saja/ Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

**B. Pernyataan Penelitian**

No.	Variabel Tangible (Bukti Fisik) (X1)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik					
2	Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih					
3	Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman					
4	Fasilitas yang ditawarkan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap					
5	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi					

No.	Variabel Reliability (Kehandalan) (X2)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Karyawan di Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah					
2	Prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit					
3	Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah					

No.	Variabel Responsiveness (Daya Tanggap) (X3)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap terhadap keluhan nasabah					
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah					
3	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah					

No.	Variabel Assurance (Jaminan) (X4)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah					
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan luas tentang jasa yang ditawarkan					
3	Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah					

No.	Variabel Empathy (Kepedulian) (X5)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah					
2	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah					
3	Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah					

No.	Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	Pendapat Responden				
	Item Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	merasa nyaman pada saat karyawan memberikan pelayanan					
2	merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Cabang Kraksaan					
3	selalu berminat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Cabang Kraksaan kembali					
4	merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan					
5	merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan					

Tanda Tangan Responden

.....  
(Nama Terang)

"" Terima Kasih ""



Lampiran 2

No.	Bukti Fisik (X1)					Kehandalan (X2)			Daya Tanggap (X3)					
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	X1	x2.1	x2.2	x2.3	X2	x3.1	x3.2	x3.3	X3
1	4	5	5	5	4	23	4	5	5	14	5	4	4	13
2	4	5	5	5	4	23	4	5	4	13	4	5	5	14
3	5	5	5	4	5	24	3	5	4	12	4	5	4	13
4	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	5	5	4	14
5	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	5	13
6	4	3	4	4	5	20	3	4	4	11	5	4	5	14
7	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12	5	4	5	14
8	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13	4	5	5	14
9	5	4	5	4	4	22	4	4	4	12	5	5	5	15
10	4	4	5	5	4	22	4	5	5	14	5	4	4	13
11	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13	4	5	5	14
12	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12	5	4	4	13
13	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13	5	5	4	14
14	5	5	5	5	4	24	4	5	5	14	5	5	4	14
15	5	5	5	5	4	24	4	4	4	12	4	4	5	13
16	4	4	5	4	5	22	5	4	4	13	4	5	4	13
17	5	4	4	5	4	22	4	4	4	12	5	5	4	14
18	5	4	5	4	4	22	5	5	5	15	4	5	5	14
19	5	5	4	5	5	24	4	5	4	13	5	4	4	13
20	4	5	5	4	5	23	4	4	4	12	5	4	5	14
21	5	5	5	5	4	24	5	5	4	14	4	5	4	13
22	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	5	5	15
23	4	5	3	5	4	21	4	4	4	12	3	5	5	13
24	4	4	4	5	5	22	5	4	4	13	4	4	4	12
25	5	5	4	4	4	22	4	4	4	12	5	4	4	13
26	4	5	5	5	5	24	5	4	4	13	5	4	4	13
27	4	5	4	5	5	23	4	4	4	12	4	5	5	14
28	4	5	4	4	5	22	4	4	5	13	4	4	5	13
29	4	5	4	4	5	22	5	4	4	13	4	4	5	13
30	4	4	5	4	4	21	4	4	5	13	5	4	4	13
31	5	5	4	4	4	22	4	4	5	13	5	4	4	13
32	4	5	4	5	5	23	4	4	4	12	5	4	4	13
33	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14	5	4	4	13
34	5	4	5	4	4	22	4	4	5	13	5	5	5	15
35	4	5	5	4	4	22	4	4	5	13	5	5	4	14
36	5	4	5	5	5	24	4	4	3	11	5	5	5	15
37	3	4	5	4	5	21	5	4	4	13	4	4	5	13
38	5	4	5	4	4	22	4	5	4	13	4	5	4	13
39	4	5	4	5	4	22	4	5	4	13	4	4	5	13
40	4	5	4	5	5	23	5	5	5	15	5	4	4	13

41	5	5	5	5	4	24	4	5	4	13	5	5	5	15
42	5	5	5	5	5	25	4	5	4	13	4	5	3	12
43	5	4	4	4	5	22	4	4	3	11	5	5	5	15
44	5	5	4	4	4	22	5	5	4	14	4	5	4	13
45	5	5	5	5	4	24	5	5	4	14	5	4	4	13
46	5	5	4	5	5	24	4	5	5	14	4	4	5	13
47	4	5	5	3	4	21	4	5	5	14	4	5	5	14
48	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	5	4	4	13
49	5	4	4	5	4	22	5	4	5	14	4	4	5	13
50	5	5	4	4	5	23	5	4	4	13	5	5	5	15
51	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13	5	4	4	13
52	5	4	5	4	4	22	4	4	3	11	4	4	5	13
53	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15	4	5	4	13
54	4	4	5	4	5	22	5	5	5	15	4	4	5	13
55	4	5	5	4	4	22	5	5	4	14	4	5	4	13
56	5	5	5	4	5	24	4	5	4	13	5	4	4	13
57	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	5	4	5	14
58	4	5	5	5	5	24	4	4	4	12	5	5	4	14
59	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12	4	4	5	13
60	5	5	5	4	5	24	4	5	5	14	5	4	4	13
61	4	5	4	5	3	21	4	4	4	12	5	5	5	15
62	5	4	5	4	5	23	4	4	4	12	4	5	4	13
63	5	5	4	4	5	23	3	4	4	11	4	5	5	14
64	5	4	5	4	4	22	4	4	4	12	5	4	4	13
65	5	4	5	4	5	23	4	4	4	12	4	4	5	13
66	4	5	5	4	4	22	4	3	4	11	4	4	5	13
67	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15	4	4	5	13
68	5	5	5	4	4	23	5	5	5	15	5	4	4	13
69	5	5	3	5	4	22	4	4	4	12	5	4	5	14
70	5	4	5	5	5	24	5	5	4	14	5	4	4	13
71	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
72	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	5	5	15
73	5	5	5	5	5	25	3	5	4	12	5	5	5	15
74	4	5	5	4	4	22	5	5	5	15	5	5	5	15
75	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	5	13
76	4	3	4	4	5	20	4	4	4	12	5	5	5	15
77	4	4	4	5	4	21	5	5	5	15	5	4	5	14
78	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	5	5	5	15
79	5	4	5	4	4	22	5	5	5	15	5	5	5	15
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
81	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	5	5	15
82	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15

83	4	5	4	4	4	21	5	5	5	15	5	5	5	15
84	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15	5	5	5	15
85	5	5	4	5	4	23	4	4	4	12	5	5	5	15
86	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	5	4	5	14
87	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	5	5	5	15
88	5	4	4	4	4	21	5	5	5	15	5	5	5	15
89	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	4	5	14
90	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	4	5	14
91	5	4	4	5	4	22	5	5	4	14	5	5	5	15
92	5	4	4	5	5	23	5	5	4	14	5	5	5	15
93	4	5	3	5	4	21	5	4	4	13	5	5	5	15
94	4	4	4	5	5	22	5	5	4	14	4	4	4	12
95	5	5	4	4	4	22	5	5	4	14	5	5	5	15
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
97	4	5	4	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15
98	4	5	4	4	5	22	5	4	5	14	5	5	5	15
	<b>x1.1</b>	<b>x1.2</b>	<b>x1.3</b>	<b>x1.4</b>	<b>x1.5</b>	<b>X1</b>	<b>x2.1</b>	<b>x2.2</b>	<b>x2.3</b>	<b>X2</b>	<b>x3.1</b>	<b>x3.2</b>	<b>x3.3</b>	<b>X3</b>
<b>jumlah</b>	<b>445</b>	<b>449</b>	<b>444</b>	<b>441</b>	<b>438</b>	<b>2217</b>	<b>429</b>	<b>435</b>	<b>427</b>	<b>1291</b>	<b>455</b>	<b>445</b>	<b>453</b>	<b>1353</b>
<b>rata-rata</b>	<b>4.54</b>	<b>4.58</b>	<b>4.53</b>	<b>4.50</b>	<b>4.47</b>	<b>22.62</b>	<b>4.38</b>	<b>4.44</b>	<b>4.36</b>	<b>13.17</b>	<b>4.64</b>	<b>4.54</b>	<b>4.62</b>	<b>13.81</b>

Jaminan (X4)				Kepedulian (X5)				Kepuasan (Y)					
x4.1	x4.2	x4.3	X4	x5.1	x5.2	x5.3	X5	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	Y
3	4	4	11	4	5	5	14	5	5	4	4	4	22
4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	5	4	4	21
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	5	4	23
4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	5	4	4	22
4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
4	4	4	12	3	5	5	13	4	5	4	5	4	22
4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	4	5	22
4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	3	4	19
4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	4	5	4	22
4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	5	5	22
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
4	5	5	14	5	4	5	14	5	5	4	4	4	22
4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	4	4	5	22
5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	4	5	5	23
5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	5	5	23
5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	4	5	5	23
5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23





4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	5	4	21
5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
4	4	4	12	5	5	5	15	4	5	4	5	4	22
4	5	3	12	4	5	5	14	4	3	5	4	4	20
4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21
4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	5	4	4	22
5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	4	5	22
4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	5	4	4	22
4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23
5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	5	4	21
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	4	4	4	21
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	5	24
4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	5	4	22
5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	4	5	5	23
4	5	4	13	5	3	5	13	4	5	5	4	4	22
5	4	4	13	5	4	5	14	5	4	3	4	4	20
4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	4	4	5	22
5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23
5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23
4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	5	4	21
5	4	4	13	4	4	5	13	4	5	4	5	4	22
5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	4	4	5	22
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21
5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	4	5	5	23
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	5	24
5	4	4	13	3	5	4	12	4	4	4	4	5	21
4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	4	5	21
4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	4	5	22
5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23
4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	4	4	4	22
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23
5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	4	4	4	22
4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	5	22
4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	4	4	5	22
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	4	5	23

4	5	4	13	4	5	5	14	4	4	5	4	5	22
4	5	4	13	5	5	5	15	5	4	5	4	4	22
5	5	5	15	5	4	5	14	4	3	5	4	4	20
5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	5	4	4	21
4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	4	4	4	20
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
4	4	4	12	4	3	5	12	4	5	4	5	4	22
4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	4	5	5	23
3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	4	4	21
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	5	4	4	22
4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
4	4	4	12	3	5	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	3	4	19
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	5	4	24
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	5	5	4	23
5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	5	5	24
4	5	5	14	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
4	5	4	13	4	4	4	12	5	4	4	5	5	23
4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	23
4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	5	4	21
4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	15	4	5	5	14	4	3	5	4	4	20
4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	4	4	4	21
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	5	5	23
5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
<b>x4.1</b>	<b>x4.2</b>	<b>x4.3</b>	<b>X4</b>	<b>x5.1</b>	<b>x5.2</b>	<b>x5.3</b>	<b>X5</b>	<b>y.1</b>	<b>y.2</b>	<b>y.3</b>	<b>y.4</b>	<b>y.5</b>	<b>Y</b>
<b>434</b>	<b>447</b>	<b>442</b>	<b>1323</b>	<b>452</b>	<b>459</b>	<b>480</b>	<b>1391</b>	<b>440</b>	<b>449</b>	<b>444</b>	<b>442</b>	<b>437</b>	<b>2212</b>
<b>4.43</b>	<b>4.56</b>	<b>4.51</b>	<b>13.50</b>	<b>4.61</b>	<b>4.68</b>	<b>4.90</b>	<b>14.19</b>	<b>4.49</b>	<b>4.58</b>	<b>4.53</b>	<b>4.51</b>	<b>4.46</b>	<b>22.57</b>



Lampiran 3

**Tabel Frekuensi Jawaban Responden**

**a. Variabel Bukti Fisik (X1)**

**X1.1 Bangunan Bank Jatim Cabang Kraksaan bagus dan menarik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	43	43.88	43.88	44.90
5	54	55.10	55.10	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X1.2 Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan bersih**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.04	2.04	2.04
4	37	37.76	37.76	39.80
5	59	60.20	60.20	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X1.3 Lingkungan Bank Jatim Cabang Kraksaan nyaman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3.06	3.06	3.06
4	40	40.82	40.82	43.88
5	55	56.12	56.12	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**X1.4 Fasilitas yang diberikan Bank Jatim Cabang Kraksaan lengkap**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	47	47.95	47.95	48.97
5	50	51.03	51.03	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X1.5 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan berpenampilan rapi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	50	51.03	51.03	52.05
5	47	47.95	47.95	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**b. Variabel Kehandalan (X2)**

**X2.1 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam melayani nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	4.08	4.08	4.0
4	53	54.08	54.08	58.16
5	41	41.84	41.84	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X2.2 Prosedur pelayanan registrasi untuk nasabah Bank Jatim  
Cabang Kraksaan tidak berbelit-belit**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	53	54.08	54.08	54.10
5	44	44.90	44.90	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X2.3 Bank Jatim Cabang Kraksaan memberikan pelayanan yang  
memuaskan terhadap nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3.06	3.06	3.06
4	57	58.16	58.16	61.22
5	38	38.78	38.78	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**c. Variabel Daya Tanggap (X3)**

**X3.1 Kayawan Bank Jatim Cabang Kraksaan tanggap dalam keluhan  
nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	33	33.68	33.68	34.70
5	64	65.30	65.30	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X3.2 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan selalu siap untuk membantu nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	45	45.92	45.92	45.92
5	53	54.08	54.08	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X3.3 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan cepat dalam menyelesaikan masalah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	35	35.71	35.71	36.73
5	62	63.27	63.27	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**d. Variabel Jaminan (X4)**

**X4.1 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan ramah dalam melayani nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.04	2.04	2.04
4	52	53.06	53.06	55.10
5	44	44.90	44.90	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**X4.2 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memiliki pengetahuan yang luas tentang produk jasa yang ditawarkan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	43	43.88	43.88	43.88
5	55	56.12	56.12	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X4.3 Bank Jatim Cabang Kraksaan menjamin keamanan uang atau barang jaminan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	46	46.94	46.94	47.96
5	51	52.04	52.04	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**e. Variabel Empati (X5)**

**X5.1 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mengerti nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3.06	3.06	3.06
4	32	32.65	32.65	35.71
5	63	64.29	64.29	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X5.2 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan memahami nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.04	2.04	2.04
4	27	27.56	27.56	29.60
5	69	70.40	70.40	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**X5.3 Karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	10	10.20	10.20	10.20
5	88	89.80	89.80	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**f. Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

**Y.1 Nasabah merasa nyaman pada saat karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan membeikan pelayanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	50	51.02	52.02	52.0
5	48	48.98	48.98	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Y.2 Nasabah merasa yakin atas pelayanan yang diberikan Bank Jatim Cabang Kraksaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3.06	3.06	3.06
4	35	35.72	35.72	38.78
5	60	61.22	61.22	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Y.4 Nasabah merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.04	2.04	2.04
4	44	44.90	44.90	46.94
5	52	53.06	53.06	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Y.5 Nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim Cabang Kraksaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.02	1.02	1.02
4	51	52.04	52.04	53.06
5	46	46.94	46.94	100.0
Total	98	100.0	100.0	



Lampiran 4

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

**a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik (X1)**

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	X1
x1.1 Pearson Correlation	1	.291	.436*	.444*	.191	.685**
Sig. (2-tailed)		.119	.016	.014	.312	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.2 Pearson Correlation	.291	1	.268	.412*	.293	.680**
Sig. (2-tailed)	.119		.153	.024	.116	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.3 Pearson Correlation	.436*	.268	1	.194	.301	.662**
Sig. (2-tailed)	.016	.153		.305	.106	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.4 Pearson Correlation	.444*	.412*	.194	1	.464**	.723**
Sig. (2-tailed)	.014	.024	.305		.010	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.5 Pearson Correlation	.191	.293	.301	.464**	1	.652**
Sig. (2-tailed)	.312	.116	.106	.010		.000
N	30	30	30	30	30	30
X1 Pearson Correlation	.685**	.680**	.662**	.723**	.652**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	X1
x1.1 Pearson Correlation	1	.291	.436*	.444*	.191	.685**
Sig. (2-tailed)		.119	.016	.014	.312	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.2 Pearson Correlation	.291	1	.268	.412*	.293	.680**
Sig. (2-tailed)	.119		.153	.024	.116	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.3 Pearson Correlation	.436*	.268	1	.194	.301	.662**
Sig. (2-tailed)	.016	.153		.305	.106	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.4 Pearson Correlation	.444*	.412*	.194	1	.464**	.723**
Sig. (2-tailed)	.014	.024	.305		.010	.000
N	30	30	30	30	30	30
x1.5 Pearson Correlation	.191	.293	.301	.464**	1	.652**
Sig. (2-tailed)	.312	.116	.106	.010		.000
N	30	30	30	30	30	30
X1 Pearson Correlation	.685**	.680**	.662**	.723**	.652**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	5

**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	18.1333	2.257	.488	.649
x1.2	18.2000	2.166	.443	.668
x1.3	18.2667	2.202	.418	.679
x1.4	18.1333	2.189	.543	.627
x1.5	18.2000	2.303	.439	.668

**b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Vaibel Kehandalan (X2)**

**Correlations**

	x2.1	x2.2	x2.3	X2
x2.1 Pearson Correlation	1	.482**	.372*	.822**
Sig. (2-tailed)		.007	.043	.000
N	30	30	30	30
x2.2 Pearson Correlation	.482**	1	.283	.754**
Sig. (2-tailed)	.007		.130	.000
N	30	30	30	30
x2.3 Pearson Correlation	.372*	.283	1	.720**
Sig. (2-tailed)	.043	.130		.000
N	30	30	30	30



X2	Pearson Correlation	.822**	.754**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	3

**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	9.1667	.626	.531	.440
x2.2	9.1667	.764	.466	.541
x2.3	9.3333	.782	.383	.647

**c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X3)**

**Correlations**

		x3.1	x3.2	x3.3	X3
x3.1	Pearson Correlation	1	.683**	.695**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30

x3.2	Pearson Correlation	.683**	1	.287	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.124	.000
	N	30	30	30	30
x3.3	Pearson Correlation	.695**	.287	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.124		.000
	N	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.904**	.910**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

#### 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	9.7333	.340	.808	.311
x3.2	9.9000	.162	.561	.794
x3.3	9.7000	.493	.457	.709

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan (X4)

Correlations

	x4.1	x4.2	x4.3	X4
x4.1 Pearson Correlation	1	.548**	.548**	.828**
Sig. (2-tailed)		.002	.002	.000
N	30	30	30	30
x4.2 Pearson Correlation	.548**	1	.722**	.874**
Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
N	30	30	30	30
x4.3 Pearson Correlation	.548**	.722**	1	.874**
Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
N	30	30	30	30
X4 Pearson Correlation	.828**	.874**	.874**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	3



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	9.2000	.855	.590	.839
x4.2	8.9667	.861	.716	.705
x4.3	8.9667	.861	.716	.705

e. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati (X5)

Correlations

		x5.1	x5.2	x5.3	X5
x5.1	Pearson Correlation	1	.598**	.361*	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.050	.000
	N	30	30	30	30
x5.2	Pearson Correlation	.598**	1	.604**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
x5.3	Pearson Correlation	.361*	.604**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000		.000
	N	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.861**	.880**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	3

**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	9.6667	.437	.556	.726
x5.2	9.5000	.534	.713	.465
x5.3	9.3667	.792	.521	.731

**f. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

**Correlations**

	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	Y
y.1 Pearson Correlation	1	.429*	.484**	.414*	.731**	.858**
Sig. (2-tailed)		.018	.007	.023	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30
y.2 Pearson Correlation	.429*	1	.310	.283	.209	.647**
Sig. (2-tailed)	.018		.095	.130	.269	.000
N	30	30	30	30	30	30
y.3 Pearson Correlation	.484**	.310	1	.228	.404*	.648**
Sig. (2-tailed)	.007	.095		.226	.027	.000
N	30	30	30	30	30	30
y.4 Pearson Correlation	.414*	.283	.228	1	.333	.649**
Sig. (2-tailed)	.023	.130	.226		.072	.000
N	30	30	30	30	30	30

y.5	Pearson Correlation	.731**	.209	.404*	.333	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.269	.027	.072		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.858**	.647**	.648**	.649**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.1	18.7667	1.840	.749	.616
y.2	18.7333	2.133	.403	.751
y.3	18.6000	2.317	.479	.721
y.4	18.6667	2.161	.420	.742
y.5	18.8333	2.006	.572	.685



Lampiran 5

**Lampiran Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

**Model Summary<sup>p</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 <sup>a</sup>	.634	.614	.93749

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>p</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	143.276	5	28.655	32.247	.000 <sup>a</sup>
Residual	81.752	92	.889		
Total	225.028	97			

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

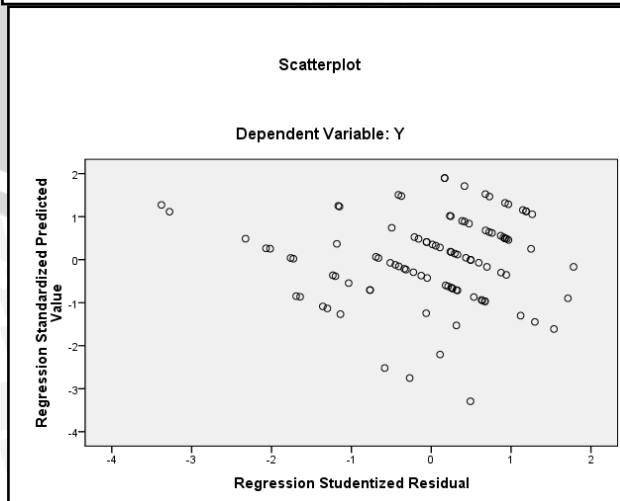
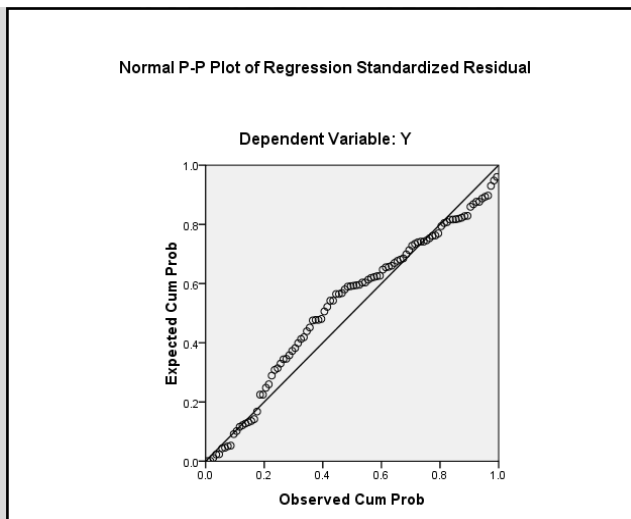
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.779	1.967		-.906	.367		
X1	.234	.082	.217	2.822	.006	.654	1.531
X2	.280	.085	.232	3.210	.002	.736	1.359
X3	.496	.103	.331	5.004	.000	.891	1.123
X4	.229	.115	.161	1.995	.049	.603	1.661
X5	.375	.110	.252	3.376	.001	.706	1.418

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.779	1.967		-.906	.367		
X1	.234	.082	.217	2.822	.006	.654	1.531
X2	.280	.085	.232	3.210	.002	.736	1.359
X3	.496	.103	.331	5.004	.000	.891	1.123
X4	.229	.115	.161	1.995	.049	.603	1.661
X5	.375	.110	.252	3.376	.001	.706	1.418

a. Dependent Variable: Y



**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	X3	X4	X5	Y	Residual
N		98	98	98	98	98	98	98
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	22.6400	13.2000	13.7700	13.5200	14.2600	22.5600	.0000000
	Std. Deviation	1.39639	1.25529	1.00358	1.07760	1.00121	1.51304	.91359288
Most Extreme Differences	Absolute	.187	.180	.249	.215	.330	.134	.126
	Positive	.187	.180	.249	.215	.230	.134	.067
	Negative	-.125	-.178	-.210	-.165	-.330	-.126	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.866	1.805	2.485	2.153	3.301	1.344	1.264
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002	.003	.000	.000	.000	.054	.082
a. Test distribution is Normal.								

**Model Summary and Parameter Estimates**

Dependent Variable: Y

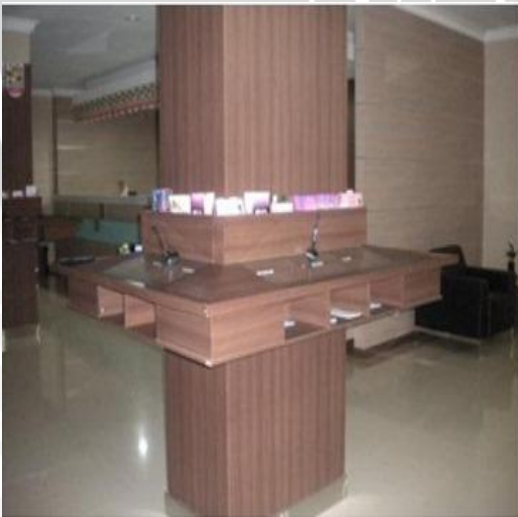
Linear Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
X1	.288	39.551	1	96	.000	9.406	.581
X2	.287	39.521	1	96	.000	14.031	.646
X3	.262	34.710	1	96	.000	11.943	.771
X4	.296	41.286	1	96	.000	12.225	.764
X5	.302	42.436	1	96	.000	10.714	.831





Lampiran 6

Foto Dokumentasi Perusahaan yang dijadikan Obyek Penelitian



**CURRICULUM VITAE***Data Pribadi:*

Nama : Fauzi Bogie Nugroho  
 No Induk Mahasiswa : 0710323069  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Probolinggo, 10 September 1989  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Agama : Islam  
 Alamat : Jl. Argopuro Perum. Pondok Indah 1 Kraksaan  
 No Telepon/HP : 08986309211  
 Email : [bogieplejinks@yahoo.com](mailto:bogieplejinks@yahoo.com)

*Pendidikan*

<b>Tahun</b>	<b>Tempat</b>
2007 – Sekarang	: Jurusan Administrasi Bisnis – Fakultas Ilmu Administrasi UB
2005 – 2007	: SMA Negeri 2 Kota Probolinggo
2004 – 2005	: SMA Negeri 1 Leces
2003 – 2004	: SMP Negeri 9 Kota Malang
2001 – 2003	: SMP Negeri 1 Kraksaan
1994 – 2001	: SD Negeri Patokan 1 Kraksaan
1993 – 1994	: TK Harapan Kraksaan

*Pengalaman Organisasi*

<b>Tahun</b>	<b>Jenis Kegiatan</b>
2009 - 2012	: Anggota MIC ( <i>Malang Indie Club</i> ) Anggota IDDM ( <i>Indonesian Death Metal</i> )
2008 – 2009	: Anggota Home Band UB Panitia Kharisma XIII Universitas Brawijaya
2007 – 2008	: Anggota AMC ( <i>Administration Music Club</i> ) FIA UB Malang



