



**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA LAYANAN SIMPANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI KANTOR CABANG
PATTIMURA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

MARIA AYUK CHRISTINA

3352401095

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2006

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang
panitia ujian skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Murwatiningsih, M.M.
NIP. . 130812919

Drs. Syamsu Hadi, M.Si.
NIP.130686734

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi

Drs. Kusmuriyanto, M.Si.
NIP. 131404309

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :

Penguji Skripsi

Drs. Ketut Sudarma, M.M
NIP.13686736

Anggota I

Anggota II

Dra. Murwatiningsih, M.M.
NIP. . 130812919

Drs. Syamsu Hadi, M.Si.
NIP.130686734

Mengetahui :

Dekan,

Drs. Sunardi, M.Pd.
NIP. 130367998

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Ferbuari 2006

Maria Ayuk Christina
NIM. 3352401095

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :



Ojo Rumongso Bisu,

Bisu-o Rumongso (Pesan Eyang Kakung)



Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan,

Maka terlaksanalah segala rencanamu (Amsal 16 : 3)



Bersukacitalah dalam pengharapan,

sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa!

(Roma 12 : 12)

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

1. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan kepercayaan demi keberhasilanku.
2. Adikku tersayang Niar yang telah memberiku semangat.
3. Abraham Pantow tersayang untuk kasih sayang dan kesetiiaannya selama ini.
4. Ita, Dewi, Chemot dan sahabat-sahabatku di Panji Sukma 1 thanks for all
5. Teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2001

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala kasih karunia-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang*”, dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah menerima banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Jasa baik mereka tentu tidak dapat saya lupakan begitu saja. Dan pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Sunardi, M.M, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Drs. Kusmuriyanto, M.si, Ketua Jurusan ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Ibu Dra. Murwatiningsih, M.M, Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
4. Bapak Drs. Syamsu Hadi, M.Si, Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
5. Bapak Drs. Ketut Sudarma, M.M, Dosen Penguji yang telah memberikan saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan dukungan moril dan materiil dalam penulisan skripsi ini.
7. Para nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang atas kesediaannya mengisi kuesioner.
8. Bude Sri Sulanjari, S.H dan Om Mursid sekeluarga, yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Amien.

Semarang, Februari 2006

Penulis

SARI

Maria Ayuk Christina. 2006. *Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang*. Skripsi. Jurusan Ekonomi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.

Kata Kunci : Kualitas Jasa Layanan, Kepuasan Nasabah

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Pemasaran jasa khususnya jasa perbankan yang bergerak di bidang *finance* sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari para staf dan karyawan. Pelayanan buruk staf dan karyawan akan langsung merusak bisnis jasa ini, kondisi seperti ini akan dapat menyebabkan nasabah enggan berhubungan lebih lanjut dengan bank, bahkan tidak menutup kemungkinan nasabah bank akan pindah ke bank lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Melihat kenyataan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa layanan simpanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bank BRI yang memanfaatkan produk jasa simpanan dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah sebanyak 19.251 nasabah di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dalam Umar Husein dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 nasabah. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas jasa layanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa layanan simpanan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang termasuk kategori baik, hal ini ditunjukkan dari bukti langsung yang telah baik (78,0%), keandalan yang baik (73,8%), daya tanggap yang baik (68,2%), jaminan yang baik (76,5%), dan empati yang baik pula (74,8%). Sedangkan kepuasan nasabah termasuk kategori baik (73,3%). Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi : $\hat{Y} = 0,841 + 0,443X_1 + 0,418X_2 + 0,857X_3 + 0,686X_4 + 0,699X_5$. uji keberartian persamaan regresi dengan analisis varians untuk regresi diperoleh $F_{hitung} = 83,463$ dengan harga signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang. Berdasarkan harga koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 81,6%. Hasil uji parsial diketahui bahwa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

adalah jaminan (17,3%), kemudian diikuti daya tanggap (9,5%), empati (7,2%), keandalan (5,2%) dan terakhir adalah bukti fisik (4,8%).

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut : 1). Ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas jasa layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang. Besarnya pengaruh dimensi kualitas jasa layanan simpanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 81,6%. 2). Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah variabel jaminan sedangkan yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel bukti fisik dan variabel keandalan.

Mengingat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka pihak manajemen di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang hendaknya:

- 1) Memberikan training kepada karyawan agar keterampilan dalam melayani nasabah dapat lebih baik.
- 2) Perlu peningkatan pelayanan pada bukti fisik yaitu meningkatkan fasilitas parkir kendaraan bermotor di dalam lingkungan kantor. Karena peranan fasilitas parkir sangat berarti bagi kenyamanan nasabah.
- 3) Menambah ATM agar transaksi di bank tidak menyebabkan antrian panjang.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pengertian Bank	8
2.2 Pemasaran	9
2.3 Kualitas	10
2.4 Jasa	11
2.4.1 Pengertian Jasa.....	11
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	12
2.5 Layanan atau <i>service</i>	13
2.6 Kualitas Jasa Layanan.....	14
2.6.1 Pengertian Kualitas Jasa Layanan	14
2.6.2 Dimensi Kualitas Jasa.	15

2.7 Simpanan	17
2.8 Kepuasan Pelanggan	19
2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2.8.2 Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan.....	20
2.8.3 Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan	22
2.8.4 Jenis-jenis kategori Tanggapan atau keluhan Ketidakpuasan	23
2.8.5 Strategi penangan keluhan	24
2.9 Kerangka Pemikiran.....	24
2.10 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.1.1 Populasi	28
3.1.2 Sampel.....	29
3.2 Variabel Penelitian	30
3.2.1 Variabel bebas	30
3.2.2 Variabel terikat.....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Metode Angket.....	32
3.3.2 MetodeDokumentasi	33
3.4 Validitas dan Reliabelitas.....	33
3.4.1 Validitas	33
3.4.2 Reliabelitas	34
3.5 Analisis Deskriptif Porsentase	36
3.6 Analisis Data Kuantitatif.....	36
3.7 Pandangan Hipotesis	37
3.6.1 Uji Simultan	37
3.6.2 Uji Partial	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Hasil Penelitian	42

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.1.1 Sejarah berdirinya PT. BRI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pattimura Semarang.....	42
4.1.1.2 Bidang Usaha BRI Kantor Cabang Pattimura.....	43
4.1.1.4 Wilayah Kerja BRI Kantor Cabang Pattimura.....	43
4.1.1.4 Struktur Organisasi	44
4.1.2 Karakteristik responden Penelitian	45
4.1.3 Deskripsi Variabel Kualitas	47
4.1.4 Kepuasan Nasabah	53
4.1.5 Pengujian Hipotesis.....	57
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.2. Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
3.1 Hasil uji validitas kualitas jasa layanan	35
3.2 Hasil uji validitas kepuasan nasabah.....	36
4.1 Distribusi Umur Responden Penelitian.....	46
4.2 Distribusi Jenis Kelamin Responden Penelitian	46
4.3 Distribusi pekerjaan Responden Penelitian.....	47
4.4 Distribusi Bukti Fisik BRI	48
4.5 Distribusi Keandalan Pelayanan	49
4.6 Distribusi Daya Tanggap Karyawan	50
4.7 Distribusi Jaminan Pelayanan	51
4.8 Distribusi Empati Karyawan	52
4.9 Distribusi Kepuasan Nasabah	53
4.10 Distribusi Kesesuaian Harapan	54
4.11 Distribusi Kemudahan Memperoleh	55
4.12 Distribusi Merekomendasikan Responden.....	56
4.13 Ringkasan analisis Regresi antara Kualitas Jasa Layanan dengan Kepuasan Nasabah.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1. Skema Kerangka Pemikiran.....	28
4.1. Struktur Organisasi Bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang.....	45
4.2. Diagram Distribusi Kategori Bukti Fisik BRI	48
4.3. Diagram Distribusi Kategori Keandaaln Pelayanan	49
4.4. Diagram Distribusi Kategori Daya Tanggap Karyawan	50
4.5. Diagram Distribusi Kategori Jaminan pelayanan	51
4.6. Diagram Distribusi Kategori Empati Karyawan	52
4.7. Diagram Distribusi Kategori Kepuasan Nasabah	53
4.8. Diagram Distribusi Kategori Kesesuaian Harapan	55
4.9. Diagram Distribusi Kategori Pemerolehan Layanan	56
4.10. Diagram Distribusi Kategori Merekomendasikan	57
4.11. Penyebaran Plot Uji Normalitas.....	64
4.12. Scatterplot	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Angket.....	74
2. Data Hasil Penskoran Angket Uji Coba	80
3. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Bukti Fisik (X1).....	81
4. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Keandalan (X2).....	82
5. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Daya Tanggap (X3)	83
6. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Jaminan (X4).....	84
7. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Empati (X5)	85
8. Analisis Validitas dan Realibilitas Angket Kepuasan Nasabah.....	86
9. Data Hasil Penskoran Angket Penelitian	87
10. Penentuan Kategori pada Analisis Deskriptif Persentase	90
11. Analisis Deskriptif Persentase Variabel Penelitian.....	92
12. Analisis Deskriptif Persentase Kepuasan Pelanggan	94
13. Analisis Regresi Berganda	96
14. Tabel Harga Kritik dari r Product Moment.....	99
15. Daftar Kritik Uji F.....	100
16. Tabel Kritik Uji T	101
17. Surat Ijin Penelitian.....	102
18. Surat Keterangan telah Melaksanakan Penelitian	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia perbankan di Indonesia dewasa ini mengalami persaingan antar bank yang sangat tajam yang ditandai dengan munculnya bank-bank baru sehingga persaingan tersebut akan bertambah ketat. Keadaan ini menyebabkan pihak perbankan dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan strategi dengan upaya terobosan dan antisipasi untuk menguasai perubahan selanjutnya. Persaingan dalam dunia perbankan bukan hanya berasal dari pesaing dalam negeri tetapi juga pesaing dari luar negeri sehingga jajaran perbankan kita perlu lebih tangkas dan tanggap dalam menghadapinya. Ditambah dengan krisis ekonomi yang berkepanjangan di Indonesia yang telah melumpuhkan sebagian besar dunia usaha. Dan salah satu sektor yang menerima dampak berat menghadapi kondisi saat ini adalah sektor perbankan, banyak bank-bank di Indonesia khususnya bank-bank swasta terkena likuidasi.

Dalam industri perbankan setiap nasabah memiliki kriteria sendiri-sendiri dalam memilih bank yang diinginkannya. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank bisa memberi bunga yang tinggi juga terjamin keamanannya, ada pula nasabah yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman dan kemudahan dalam mengakses, kapan dan dimanapun mereka berada. Dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah ini, maka perbankan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi

secara terus menerus. Bank milik pemerintah seperti BNI 46, BRI, BTN dan Mandiri lebih dipilih oleh nasabah karena pemerintah tidak akan melikuidasi Bank Umum Milik Negara. Bank BRI merupakan salah satu pilihan bagi para nasabah-nasabah bank yang dilikuidasi maupun nasabah-nasabah lain, hal ini mengakibatkan bertambahnya jumlah nasabah sehingga bisa mengakibatkan bank kewalahan melayani nasabah. Semakin banyaknya jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan terus meningkatnya sumber daya manusia (SDM) dan ketepatan penggunaan teknologi membuat kecewa atas pelayanan yang diberikan. Dengan adanya kondisi tersebut, maka bank BRI dituntut untuk semakin mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah agar kepuasan nasabahnya tetap terjaga.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image (citra), dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran (Kotler dkk, 2000: 50).

Pemasaran jasa khususnya jasa perbankan yang bergerak di bidang *finance* memang sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari para staf dan karyawan. Pelayanan buruk staf dan karyawan akan langsung merusak bisnis jasa ini, kondisi seperti ini akan dapat menyebabkan nasabah enggan berhubungan lebih lanjut dengan bank, bahkan tidak menutup kemungkinan nasabah bank akan pindah ke bank lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Oleh sebab itu, usaha untuk menjaga kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan. Orientasi pada

kepuasan nasabah diperlukan karena : (1) nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya tidak beralih ke bank lainnya, (2) nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif (Sunardi, 2003 : 69). Orientasi pada kepuasan nasabah harus diimbangi dengan perbaikan mutu pelayanan karyawannya dan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki.

Menurut Lovelock (1991) di dalam pemasaran bank kualitas pelayanan bank yang sangat baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan pada nasabah dan loyalitas konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara profesional, karena bank adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada nasabahnya. Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan konsumen. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004 : 145).

Kualitas jasa layanan perbankan perlu didukung oleh sistem komputerisasi, karena nasabah saat ini lebih menuntut pada kemampuan bank yang memberi pelayanan secara cepat dan praktis, kemudahan, serta keakuratan saat bertransaksi. Oleh karena permintaan layanan nasabah pada bank tinggi, pihak perbankan harus segera mengembangkan jasa atau pelayanan komplementer

selama waktu sibuk. Jasa komplementer disediakan untuk memberikan alternatif kepada para pelanggan yang sedang menunggu, yaitu dengan mengoperasikan mesin kas otomatis (Authomatic Teller's Machine = ATM) disetiap kantor cabang (Tjiptono, 2004 : 140-114).

Dengan melihat kenyataan banyaknya jumlah nasabah yang memanfaatkan layanan simpanan tabungan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang mengakibatkan antrian di loket yang lebih panjang, dimana setiap harinya terjadi kurang lebih 500 antrian (sumber : Data BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang, 2005). Sehingga pelayanan yang lebih personal kepada nasabah tidak bisa dilakukan secara maksimal. Dari hal tersebut di atas dapat diketahui bahwa keberadaan ATM dibawah pengelolaan BRI Kantor Cabang Pattimura sebanyak 8 unit yang berada di beberapa lokasi belum dimanfaatkan secara optimal oleh nasabah. Dengan demikian apa yang menjadi harapan nasabah untuk merasakan kualitas jasa pelayanan yang baik belum dapat terpenuhi karena tingkat kehandalan dan ketanggapan karyawan bank khususnya teller dalam melayani kebutuhan nasabah masih mengakibatkan masalah antrian, disamping itu dari segi fisik keberadaan ATM yang dikelola bank belum dapat memberikan alternatif jalan keluar bagi nasabah yang sedang menunggu antrian. Nasabah kurang begitu memanfaatkan jasa ATM karena tidak semua transaksi bisa dilakukan lewat ATM seperti misalnya transaksi penyetoran simpanan atau print out saldo tabungan, karena kedua transaksi ini hanya bisa dilakukan di bank secara langsung.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui adanya kesenjangan antara teori dengan kenyataan yang dihadapi oleh nasabah BRI dalam hal kualitas jasa

pelayanan bank. Dengan memperhatikan pentingnya pengaruh kualitas jasa dalam mencapai kepuasan nasabah, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang”.

1.2. Perumusan Masalah

Pelayanan merupakan alat utama perusahaan dalam hal membangun kepercayaan kepada pelanggan. Peranan pelayanan sangat besar manfaatnya untuk merangsang menarik masyarakat untuk menabungkan uangnya di bank. Bank BRI Cabang Pattimura Semarang diharapkan mampu memberi pelayanan yang baik dan benar kepada nasabah, sehingga nasabah berpikiran positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank BRI Cabang Pattimura Semarang.

Sesuai dengan hal yang dikemukakan di atas, maka yang diangkat sebagai permasalahan pada penelitian ini adalah : ”Bagaimanakah dimensi kualitas jasa layanan simpanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang”.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah : ”Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas jasa layanan simpanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang” .

1.4. Kegunaan Penelitian

Dalam semua kegiatan mempunyai tujuan yang jelas setelah menetapkan tujuan tersebut maka dapat ditentukan kegunaan dari kegiatan yang dilakukan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Bank

Bagi bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai seberapa jauh bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang telah memberikan pelayanannya kepada nasabah dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan didalam penyusunan rencana dan strategi pimpinan BRI Kantor Cabang Semarang dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembandingan untuk penelitian sejenis lainnya.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya di bank BRI Cabang Pattimura Semarang.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara garis besar sistematika skripsi ini adalah :

- 1 Bagian pendahuluan terdiri dari halaman judul, pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstraksi.

2 Bagian isi skripsi

Bagian ini terdiri dari lima bab yaitu :

Bab I : merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang, perumusan masalah, penegasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika skripsi secara garis besar

Bab II : landasan teori, yang berisi teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini mengenai : pengertian bank, pemasaran, jasa, layanan atau service, kualitas jasa layanan, simpanan, kepuasan nasabah, kerangka pemikiran dan hipotesis

Bab III : metode penelitian yang memuat jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, analisis data kuantitatif dan pandangan hipotesis

Bab IV : pembahasan hasil penelitian yaitu data yang diperoleh akan ditulis dan dianalisis untuk membuktikan kebenaran hipotesis

Bab V : berisi penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran bagi pengembangan lebih lanjut hasil penelitian.

3 Bagian akhir skripsi

Meliputi daftar pustaka dan lampiran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Bank

Dibawah ini beberapa definisi atau rumusan mengenai bank :

Pierson (dalam buku Hasibuan, 2005) mendefinisikan bank adalah badan usaha yang menerima kredit tetapi tidak memberikan kredit. Teori Pierson ini menyatakan bahwa bank dalam operasionalnya hanya bersifat pasif saja, yaitu hanya menerima titipan uang saja. Sedangkan Stuart mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterimanya dari orang lain, sekalipun dengan jalan mengeluarkan uang baru kertas atau logam (Hasibuan, 2005 : 2).

Menurut Hasibuan, bank adalah lembaga keuangan berarti bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan profit dan juga sosial dan bukan hanya mencari keuntungan saja.

Berdasarkan Undang-undang RI No. 7 th 1992 tentang perbankan yang telah diubah dengan UU No. 10 th 1998 : bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan atau tabungan dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit.

2.2. Pemasaran

Mengenai pengertian pemasaran banyak para ahli mengemukakan definisi yang berbeda-beda, meski sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda-beda. Beberapa definisi pemasaran tersebut adalah :

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Hasibuan, 2005 : 143). Sedangkan menurut Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Kotler, 2001 : 11).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran dilakukan bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa tetapi untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pemasaran (*marketing*) bagi bank merupakan hal yang sangat penting dalam memperkenalkan dan menjual sarana-sarana pengumpulan dana (input) dan penyaluran kredit.

Tujuan pemasaran jasa-jasa bank, antara lain untuk :

1. Mendorong tercapainya tujuan bank
2. Meningkatkan kepercayaan masyarakat *Surplus Spending Unit* (SSU) dan *Defisit Spending Unit* (DSU) kepada bank.
3. Menginformasikan sarana-sarana penabungan dan jenis-jenis kredit yang diberikan bank.

4. Memperbesar penarikan dana dan penyaluran kredit bank
5. Memperbesar daya saing bank

(Hasibuan, 2005 : 144)

2.3. Kualitas

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar ia dapat tetap survive dalam bisnisnya.

Menurut *American society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2001 : 144). Goetsh dan Davis (1994), mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2000 : 51). Sedangkan Deming (1986) dan Juran dkk (1974) sebagaimana dikutip oleh Ghobadian et al (1994) memberi batasan kualitas sebagai upaya memuaskan konsumen (Sunardi, 2003 : 71).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karekteristik yang dimiliki suatu produk/jasa yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Walaupun kualitas jasa lebih sulit didefinisikan dan dinilai dari pada kualitas produk, nasabah tetap akan memberikan penilaian terhadap kualitas jasa, dan bank perlu memahami bagaimana sebenarnya pengharapan nasabah sehingga bank dapat merancang jasa yang ditawarkan secara efektif.

2.4. Jasa

2.4.1. Pengertian Jasa

Secara tegas antara barang dan jasa seringkali susah dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu dan juga sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali melibatkan barang-barang yang melengkapinya. Tetapi ada perbedaan utama antara barang dan jasa, menurut *Lovelock* jasa lebih dalam bentuk kinerja, perbuatan atau keterampilan dari suatu usaha. Sebaliknya untuk barang lebih menekankan pada suatu bentuk benda, alat atau objek.

Jasa atau *service* memiliki definisi sebagai suatu barang atau produk yang sifatnya tidak dapat dipegang secara fisik. Tetapi keberadaan jasa tersebut lebih merupakan bentuk manfaat yang dapat dirasakan oleh yang memanfaatkan jasa tersebut (Nirwana, 2004 : 4).

Terdapat beberapa definisi tentang jasa yang dikemukakan oleh banyak pakar pemasaran. Stanton (1994) mendefinisikan jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, dan pada prinsipnya tidak dapat diraba secara fisik (*intangible*) tetapi dapat dipergunakan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Keberadaan jasa juga tidak tergantung pada keberadaan benda fisik lainnya, dengan demikian maka jasa dapat berdiri sendiri. Sedangkan Kotler (1997) mendefinisikan jasa adalah suatu manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya, dan sifat jasa adalah tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Adapun proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan produk fisik (Nirwana, 2004 : 4).

Menurut Sumarni jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Sumarni, 1993 : 17).

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan jasa atau service merupakan suatu manfaat kinerja yang dapat dirasakan oleh pemakai jasa dan bersifat intangible.

2.4.2. Karakteristik Jasa

Terdapat 4 karekteristik pokok jasa yang membedakannya dari barang, yaitu :

1. Intangibility

Jasa bersifat intangible, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. Inseparability

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. Variability

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non- standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan

4. Perishability

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

(Tjiptono, 2002 : 25-27)

2.5. Layanan atau Service

Pelayanan yang baik memungkinkan sebuah perusahaan memperkuat kesetiaan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*), karena itu pelayanan yang baik menjadi penting dalam operasi perusahaan.

Menurut Stanton, *service* adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud dan merupakan tujuan penting dari suatu rencana transaksi, guna memberikan kepuasan kepada konsumen (Hasibuan, 2005 : 72). Kotler (1997) mengemukakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Hasibuan (1996) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2005 : 152).

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena ia merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat (Moenir, 2002 : 27).

Berdasarkan beberapa definisi di atas layanan atau *service* adalah serangkaian kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan bertujuan memberikan kepuasan kepada pihak yang dilayani.

Agar layanan memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka sipelaku dalam hal ini petugas, harus dapat memenuhi 4 persyaratan pokok yaitu :

- a) Tingkah laku yang sopan
- b) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
- c) Waktu menyampaikan yang tepat
- d) Keramahtamahan

(Moenir, 2002 : 197)

2.6. Kualitas Jasa Layanan

2.6.1. Pengertian Kualitas Jasa Layanan

Kualitas jasa (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman, et.all, 1998) dalam buku (Lupiyoadi, 2001 : 148). Sedangkan menurut Wayckof (dalam Lovelock, 1988, Tjiptono, 1996 : 59) kualitas jasa pelayanan bank adalah tingkat keunggulan yang diharapkan nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, dengan kata lain ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan nasabah (*Expectation*) dan kinerja bank yang dirasakan nasabah (*Performance*).

Sementara menurut Cronin dan Taylor (1992) kualitas pelayanan bank merupakan kinerja aktual bank yang diberikan kepada nasabahnya. Berdasarkan

konsep servqual yang dikemukakan Parasuraman et.al (1988 : 16), kualitas jasa pelayanan bank pada dasarnya adalah hasil persepsi dalam benak nasabah. Perceived service quality ini terbentuk dalam benak nasabah setelah membandingkan antara kinerja pelayanan bank yang mereka terima dengan yang mereka harapkan ($servqual = service\ performance - service\ expectation$). Perbandingan antara persepsi dan harapan bisa memunculkan 3 kemungkinan yaitu persepsi lebih besar daripada harapan nasabah, yang berarti nasabah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan bank, persepsi lebih kecil daripada harapan nasabah yang berarti harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank tidak tercapai. Jika persepsi sama dengan harapan nasabah terhadap kualitas jasa pelayanan bank dapat dikatakan nasabah puas (Sugiarto, 1999 : 66). Harapan nasabah dapat dijabarkan dalam dimensi kualitas jasa.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan kualitas jasa layanan dibangun atas perbandingan antara harapan nasabah (*Expectation*) dan kinerja yang dirasakan nasabah (*Performance*).

2.6.2. Dimensi Kualitas Jasa

SERVQUAL dimensions atau *SERVICE QUALITY DIMENSIONS*, merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya.

Menurut Payne dimensi pelayanan jasa dapat terdiri atas unsur:

1. Tangible (bukti fisik)

Dimana kemampuan perusahaan didalam menunjukkan eksistensi dirinya, misalnya dalam hal ini gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawannya,

dan sebagainya lebih menekankan pada bukti secara fisik atau dapat diraba keberadaannya.

2. *Reliability (keandalan)*

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. Hal ini dapat berupa adanya perbaikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.

3. *Responsiveness (daya tanggap)*

Daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan dan pimpinan perusahaan. Dimana perusahaan harus menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan jika pelanggan sedang memerlukan jasa yang dimaksudkan.

4. *Assurance (jaminan dan kepastian)*

Hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggannya pada perusahaan. Didalamnya terdapat unsur etika karyawan, kredibilitas karyawan, rasa aman dari pelanggan, dan unsur etika yang dimiliki oleh karyawan.

5. *Emphaty (perhatian)*

Merupakan pemberian perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar pihak perusahaan dapat memahami lebih jauh tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya (Nirwana, 2004 : 29-30).

Sedangkan dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, dkk (dalam Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 1994; Zeithaml dan Bitner, 1996) adalah:

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
 - b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
 - c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 - d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
 - e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- (Tjiptono, 2004 : 70)

Dalam penelitian ini dimensi kualitas jasa yang dipergunakan adalah menurut pendapat Nirwana yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepastian serta perhatian.

2.7. Simpanan

Menurut UU RI Tahun 1992 tentang perbankan Bab I pasal 1 ayat (6) simpanan atau tabungan adalah dana yang dipercayakan masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu.

Macam- macam layanan simpanan yang diberikan bank ada 3 yaitu :

1. Giro (*demand deposits*)

F.E Perry Dictionary of Banking (1983) giro adalah suatu rekening dengan institusi pengambilan simpanan dimana sebagian atau seluruh bunga dapat dibayarkan pada saat permintaan, seperti layanan rekening koran. Sedangkan menurut UU RI No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan Bab I pasal ayat (7) giro

adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindahanbukuan. Hasibuan (1996) mengemukakan giro adalah suatu sarana menabung dan pemberian kredit rekening koran oleh bank umum, saldonya bisa positif ataupun negatif dan dapat ditarik setiap saat dengan cek, bilyet giro dan perintah pembayaran lainnya (Hasibuan, 2005 : 75).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan giro adalah simpanan yang dapat ditarik setiap saat dengan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya dan pemindahbukuan.

2. *Deposito (time deposits)*

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Bab I pasal 1 butir (7) deposito berjangka (*time deposits*) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Jangka waktu deposito adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan atau 24 bulan.

Macam-macam deposito adalah :

- a) Deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan .
- b) Deposito on call adalah simpanan deposan yang tetap berada dibank bersangkutan, penarikannya harus terlebih dahulu diberitahukan kepada bank bersangkutan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak.

c) Sertifikat deposito adalah deposito berjangka atas unjuk dan dapat diperjualbelikan oleh pemiliknya sebelum jatuh tempo, bunganya dibayar dimuka. Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Bab I pasal 1 ayat (8) sertifikat deposito adalah deposito berjangka yang bukti simpanannya dapat diperdagangkan (Hasibuan, 2005 : 81).

3. *Tabungan (saving deposits)*

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Bab I pasal 1 butir 5, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang seperti dipersamakan dengan itu. Sedangkan Hasibuan (1996) : tabungan adalah semua simpanan pihak ketiga kepada bank yang administrasi pembukuannya dilakukan dalam buku tabungan, menabung dan penarikan tabungan dilakukan dengan slip tabungan dan slip penarikan yang telah disediakan bank (Hasibuan, 2005 : 83).

Dalam penelitian ini produk jasa simpanan yang akan diteliti adalah tabungan (*saving deposits*) khususnya tabungan dalam bentuk rupiah. Karena ada 2 bentuk layanan tabungan yang disediakan BRI Kantor Cabang Pattimura yaitu dalam bentuk rupiah dan dolar Amerika (USD).

2.8. Kepuasan Pelanggan

2.8.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dalam persaingan antar bank yang semakin ketat, faktor kepuasan nasabah menjadi perhatian yang serius. Keadaan ini tidak hanya terjadi pada bank swasta

tetapi juga pada bank pemerintah, pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan.

Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan :

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2001 : 24).

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.

2.8.2. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan

Menurut Hawkins dan Loney (1997 : 31) atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk dari produsen yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh produsen.

Sedangkan menurut Tjiptono atribut- atribut pembentuk kepuasan yaitu :

a. Kemudahan dalam Memperoleh

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekaat pembeli potensial

b. Kesediaan untuk Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak

(Tjiptono, 2000 : 101).

Menurut Hawkins Loney dan Tjiptono atribut-atribut pembentuk kepuasan meliputi kesesuaian harapan, kemudahan memperoleh dan kesediaan untuk merekomendasikan.

2.8.3. Metode-metode Mengamati dan Mengukur Kepuasan Pelanggan

Perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut untuk mengukur kepuasan pelanggan :

a. Sistem keluhan dan saran

Misalnya menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, customer hot lines, memperkerjakan petugas pengumpulan pendapat/keluhan pelanggan, dan lain-lain.

b. Survei kepuasan pelanggan

Survei bisa dilakukan dengan kuesioner (dikirim lewat pos atau dibagikan pada saat pelanggan berbelanja), lewat telepon, email, faks atau dengan wawancara langsung.

c. Lost customer analysis

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dari perusahaan atau mereka yang telah beralih pemasok.

d. Ghost shopping (*mystery shopping*)

Perusahaan menggunakan ghost shopper untuk mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta layanan perusahaan dan pesaing

e. Sales-related *methods*

Kepuasan pelanggan diukur dengan kriteria pertumbuhan penjualan, pangsa pasar dan rasio pembelian ulang.

f. Customer panels

Perusahaan membentuk panel pelanggan yang nantinya dijadikan sampel secara berkala untuk mengetahui apa yang mereka rasakan dari perusahaan dan semua pelayanan perusahaan .

(Tjiptono, 2000 : 8)

2.8.4. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti

“Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan PT. Chandra pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”

(*directly reported satisfaction*).

2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. 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*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen 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* (Martilla dan James, 1977, pp. 77-79) (dalam buku Tjiptono, 2001 : 40-41).

2.8.5. Jenis-jenis Kategori Tanggapan atau Keluhan terhadap Ketidakpuasan

Ketidakpuasan terjadi karena manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda.

1. Voice response

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.

2. Private response

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk

atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

3. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa (misalnya menulis surat pembaca), atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum dan sebagainya.

2.8.6. Strategi penanganan keluhan

Dalam menangani keluhan dari pelanggan paling tidak ada 4 aspek penting yang harus diperhatikan perusahaan. Keempat aspek tersebut yaitu :

- a. Empati terhadap pelanggan yang marah
- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan
- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan
- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

(Tjiptono, 2001 : 44)

2.9. Kerangka Pemikiran

Pemasaran jasa khususnya jasa perbankan yang bergerak dibidang *finance* sangat bertumpu pada jasa pelayanan karena kegiatannya adalah memberikan pelayanan pada nasabahnya. Dengan demikian kualitas jasa pelayanan perlu dikelola secara profesional oleh perusahaan, hal ini disebabkan oleh karena kualitas pelayanan dan kepuasan sangat berhubungan erat.

Kualitas jasa layanan merupakan perbandingan antara harapan nasabah (*expectation*) dan kinerja bank yang dirasakan nasabah (*performance*). Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas jasa layanan adalah tingkat kualitas layanan

yang diterima oleh nasabah bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang memanfaatkan jasa layanan simpanan dalam bentuk tabungan (*saving deposits*) dengan mata uang rupiah.

Untuk mengetahui tingkat kualitas jasa layanan digunakan SERVQUAL dimension yang terdiri dari 5 unsur yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawan dan sebagainya lebih menekankan pada bukti fisik atau dapat diraba keberadaannya. Dimana keberadaan bukti fisik yang berupa fasilitas halaman parkir, kebersihan interior dan eksterior lingkungan bank, keberadaan ATM dan kerapian berpakaian dari pegawai bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah, karena nasabah akan merasa nyaman dan mudah untuk melakukan transaksi jika didukung bukti fisik tersebut.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Keandalan yang dimaksud adalah bagaimana bank memberikan pelayanan pada nasabah dengan cepat, mudah, dan tepat serta waktu pelayanan pada nasabah yang memadai atau sesuai jam kerja bank. Dengan begitu dapat diketahui bahwa keandalan dalam pelayanan suatu jasa perbankan akan berpengaruh pada tinggi rendahnya kepuasan nasabahnya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, dalam hal ini kemampuan teller untuk memberikan layanan dengan cepat pada saat nasabah melakukan transaksi sehingga nasabah tidak terlalu lama menunggu antrian. Daya tanggap dari

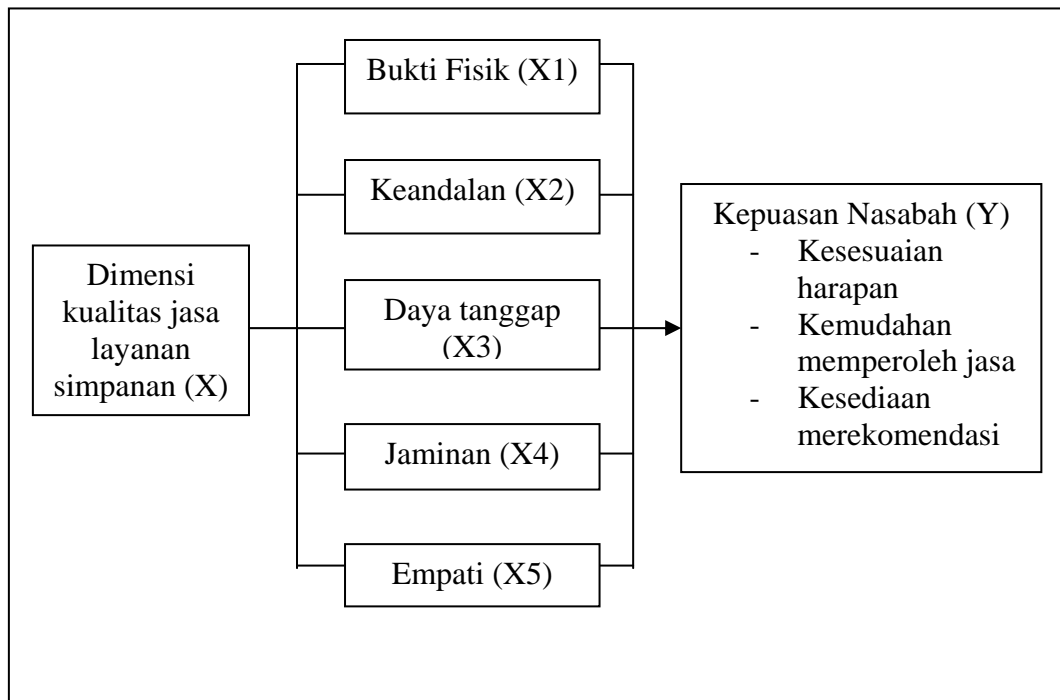
pegawai bank berpengaruh pada kepuasan nasabah, karena harapannya untuk dilayani secara cepat dan tepat saat bertransaksi terpenuhi.

4. Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para pegawai bank dalam melayani kebutuhan nasabah, etika para pegawai bank, dan jaminan keamanan dari bank atas nasabah saat bertransaksi. Adanya jaminan keamanan dari suatu bank akan membuat nasabah merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan transaksi, disamping itu jaminan dari suatu bank akan berpengaruh pada kepuasan nasabah karena apa yang diinginkan nasabah dapat dipenuhi oleh bank yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari pegawai bank. Kesopanan dan keramahan dari pegawai bank akan membuat nasabah merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan bank.
5. Empati yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan nasabah, dan adanya komunikasi yang baik antara pegawai bank dengan nasabah. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari pegawai suatu bank atas nasabah akan berpengaruh juga pada kepuasan nasabah, karena nasabah akan merasa diperhatikan oleh bank yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak bank.

Kepuasan adalah kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Indikator kepuasan yang dipergunakan adalah kesesuaian harapan, kemudahan memperoleh dan kesediaan merekomendasi.

Kelima unsur kualitas jasa layanan diatas akan menjadi acuan utama dalam penelitian kepuasan nasabah atas jasa pelayanan yang diberikan bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang.

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:

→ : Pengaruh

2.10. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai bukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2002 : 164). Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut : "Diduga dimensi kualitas jasa layanan simpanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang".

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah survey. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Masri dkk, 1989 : 3).

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas ; obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005 : 55).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bank BRI yang memanfaatkan produk jasa simpanan dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah pada tahun 2004 sebanyak 19.251 nasabah di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang.

3.1.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005 : 56).

Besaran sampel penelitian adalah orang yang diambil dari jumlah nasabah pengguna tabungan (*saving deposits*) dengan mata uang rupiah. Sampel menurut pendapat Slovin dalam buku Umar (2000 : 96) adalah sebagai berikut :

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

dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = toleransi presisi ketepatan rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang dari 10 %

Dari data populasi tersebut dapat ditarik sampel sebagai berikut :

$$= \frac{19.251}{1 + 19.251(0,1)^2}$$

$$= \frac{19.251}{1 + 192,51}$$

$$= \frac{19.251}{193,51}$$

= 99,48 → dibulatkan menjadi 100 orang

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling yaitu pengambilan sampel dimana anggota populasi mempunyai peluang sama sebagai sampel penelitian (Arikunto, 2002 : 111). Karena populasi sudah dianggap homogen yaitu semua nasabah yang memanfaatkan jasa layanan simpanan dalam bentuk tabungan (*saving deposits*) dengan mata uang rupiah.

Pengumpulan data dilakukan selama 2 hari, dengan cara meminta nasabah yang kebetulan datang menabung untuk mengisi kuesioner yang ada.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati (Sugiyono, 2005 : 2). Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu :

3.2.1. Variabel bebas (independen)

Yaitu variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (terikat). Jadi variabel independen adalah variabel yang menjadi variabel bebas adalah kualitas jasa layanan simpanan yang disimbolkan huruf X, dengan sub variabel :

1. Bukti fisik yaitu meliputi gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawannya dan sebagainya lebih menekankan pada bukti fisik atau dapat diraba keberadaannya (X1), dengan indikator :
 - a. Adanya sarana halaman parkir yang nyaman dan memadai
 - b. Menjaga tingkat kebersihan interior dan eksterior lingkungan bank
 - c. Kerapihan dalam berpakaian dari pegawai
 - d. Adanya kelengkapan sarana dan prasarana penunjang, seperti pesawat telepon, komputer, ATM dan lain-lain.
2. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Parasuraman, dkk, 1988) (X2), dengan indikator :
 - a. Pelayanan pembukaan rekening yang cepat dan tepat
 - b. Kecepatan pelayanan penyetoran dana nasabah

- c. Luas jaringan pelayanan penarikan dan penyetoran di semua cabang bank
 - d. Pelayanan pengambilan dana yang tidak terlalu sulit
 - e. Waktu pelayanan yang memadai
3. Daya Tanggap yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan yang memerlukan jasa (X3), dengan indikator :
- a. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan nasabah
 - b. Nasabah tidak terlalu lama menunggu antrian
 - c. Tindakan pegawai bank yang cepat tanggap ketika nasabah sedang menghadapi masalah
4. Jaminan yaitu meliputi etika karyawan, kredibilitas karyawan dan rasa aman pelanggan (X4), dengan indikator :
- a. Keterampilan *marketing officer* dalam melayani kebutuhan nasabah
 - b. Keterampilan *customer service* dalam melayani kebutuhan nasabah
 - c. Keterampilan teller dan pegawai lainnya dalam melayani kebutuhan nasabah
 - d. Pelayanan yang sopan dan ramah dari *marketing officer* kepada nasabah
 - e. Pelayanan yang sopan dan ramah dari bagian teller kepada nasabah
 - f. Adanya jaminan keamanan dari bank atas nasabah
5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan (X5), dengan indikator :
- a. Memberikan perhatian terhadap segala keluhan nasabah
 - b. Memberikan perhatian terhadap segala kebutuhan nasabah
 - c. Pemberian pelayanan yang baik kepada semua nasabah

3.2.2. Variabel terikat (dependen)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2005 : 3). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan nasabah BRI yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara harapan dan kinerja yang diterimanya, dengan indikator :

1. Kesesuaian harapan
2. Kemudahan memperoleh jasa
3. Kesiediaan merekomendasi

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.3.1. Metode Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2002 : 128).

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2001 : 73). Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih (Arikunto, 2002 : 129). Penggunaan angket diharapkan akan memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban telah tersedia, sehingga untuk menjawabnya hanya perlu waktu singkat. Pada setiap item soal disediakan 4 pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

- A. Jawaban Sangat Setuju (SS) dengan skor nilai 4
- B. Jawaban Setuju (S) dengan skor 3
- C. Jawaban Tidak Setuju (TS) dengan skor nilai 2
- D. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor nilai 1

3.3.2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2002 : 206). Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui sejarah berdirinya BRI, bidang usaha BRI, wilayah kerja BRI, struktur organisasi, jumlah ATM, jumlah rata-rata antrian dan jumlah nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang.

3.4. Validitas dan Reliabilitas

3.4.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002 : 144). Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Didalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas internal, yakni validitas yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen secara keseluruhan (Arikunto, 2002 : 147).

Dalam pengujian validitas internal dapat digunakan 2 cara yaitu analisis faktor dan analisis butir. Dalam penelitian ini, digunakan analisa butir, untuk menguji validitas setiap butir, maka skor-skor yang ada pada tiap butir

dikorelasikan dengan skor total. Sedangkan rumus yang digunakan adalah korelasi Product Moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = skor total yang diperoleh

N = Jumlah responden

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Berdasarkan hasil pengujian validitas angket menggunakan bantuan program SPSS diperoleh hasil bahwa baik butir angket kualitas jasa layanan maupun kepuasan nasabah seluruhnya valid karena memiliki harga $r_{xy} > r_{tabel} = 0,444$ untuk $\alpha = 5\%$ dengan $N = 20$.

3.4.2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen sudah baik (Arikunto, 2002 : 154). Untuk mengetahui reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus alpha, karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket dengan skornya berupa rentangan antara 1-4 dan uji coba validitas menggunakan item total. Arikunto menerangkan bahwa untuk mencari

reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha :

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right\}$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varians total

Untuk memperoleh varians butir dicari terlebih dahulu setiap butir, kemudian dijumlahkan. Rumus yang digunakan untuk mencari varians adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum (X^2) - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Dimana :

σ = Varians butir

X = Jumlah skor

N = Jumlah responden

(Arikunto, 2002 : 171)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen menggunakan bantuan SPSS diperoleh harga koefisien reliabilitas angket bukti fisik sebesar 0,9025, keandalan sebesar 0,8684, daya tanggap sebesar 0,8912, jaminan sebesar 0,8951, empati sebesar 0,8763 dan koefisien reliabilitas angket kepuasan nasabah sebesar 0,9388. Dengan demikian menunjukkan bahwa angket-angket tersebut reliabel karena

memiliki harga koefisien reliabilitas lebih besar dari $r_{tabel} = 0,444$ untuk $\alpha = 5\%$ dengan $N = 20$ sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

3.5. Analisis Deskriptif Prosentase

Digunakan untuk menggambarkan data-data variabel penelitian dengan rumus :

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

n = Jumlah skor jawaban responden

N = Jumlah seluruh skor ideal

$\%$ = Tingkat keberhasilan yang dicapai (Ali, 1989 : 184)

3.6. Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif menggunakan data dari jawaban yang telah terkumpul dengan menggunakan perhitungan statistik untuk perhitungan statistik, maka digunakan program komputer yaitu program SPSS dengan perhitungan bersifat regresi. Analisis ini menurut Sugiyono (2005 : 243) dilakukan bila hubungan 2 variabel berupa hubungan kausal dan fungsional. Perhitungan analisa regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah persamaan regresi berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Variabel kepuasan konsumen

a = Elemen konstan

b1-5 = Koefisien-koefisien regresi

X1 = Bukti Fisik

X2 = Keandalan

X3 = Daya tanggap

X4 = Jaminan

X5 = Empati

e = Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0, tujuan perhitungan e diasumsikan nol

3.7. Pandangan Hipotesis

3.6.1. Uji Simultan (uji F)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas jasa secara simultan terhadap kepuasan nasabah BRI digunakan rumus :

$$F_{\text{regresi}} = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Dimana :

R = Koefisien Determinasi

n = Banyaknya Sampel

m = Banyaknya Varian

Selain melakukan pembuktian dengan uji F dan uji - t, dalam regresi berganda dianalisis pula besarnya koefisien determinasi. R^2 digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan masing-masing variabel bebas. Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar varian sumbangan terhadap variabel

terikatnya (Algifari, 2000 : 69-73). Dalam menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan program SPSS.

3.6.2. Uji Partial (uji - t)

Uji ini digunakan untuk pengujian kemaknaan koefisien partial, rumus yang digunakan adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : r = Koefisien Regresi

n = Banyaknya Sampel (Algifari, 2000 : 57)

Untuk mencari r^2 , dimana r^2 adalah 1- rasio antara garis regresi dengan besar deviasi nilai Y observasi dari rata-ratanya. Atau secara matematis dapat ditulis dengan formula sebagai berikut :

$$r^2 = 1 - \left(\frac{\sum (Y - \hat{Y})}{\sum (Y - \bar{Y})^2} \right)$$

Dimana : R^2 = Besarnya Koefisien Determinasi

Y = Nilai Variabel Y

\hat{Y} = Nilai Estimasi

\bar{Y} = Nilai Rata-rata Variasi Y

(Algifari, 2000 : 46)

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh mengalami penyimpangan terhadap salah satu asumsi klasik yang diujikan, maka persamaan regresi yang diperoleh tidak efektif untuk

menggeneralisasikan hasil penelitian yang berupa sampel ke populasi, karena akan terjadi bias yang artinya hasil penelitian tersebut bukan semata pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti tetapi ada faktor pengganggu lainnya yang ikut mempengaruhi. Dalam evaluasi ekonometrika digunakan :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

2. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi klasik adalah tidak terjadinya multikolinieritas di antara variabel-variabel bebas yang berada dalam satu model, artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model tidak memiliki hubungan yang sempurna (koefisien tinggi atau bahkan satu).

Menurut Algifari (2000 : 84), apabila hal ini terjadi berarti antara variabel bebas itu sendiri saling berkorelasi, sehingga dalam hal ini sulit diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas dilakukan dengan mengorelasikan antar variabel bebas dan apabila korelasinya tinggi yaitu lebih besar dari 0,8 maka antar variabel bebas tersebut terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola *scatter plot* yang dihasilkan melalui SPSS. Apabila pola *scatter plot* membentuk pola tertentu, maka model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas. Munculnya gejala heteroskedastisitas menunjukkan bahwa penaksir dalam model regresi tidak efisien dalam sampel besar maupun kecil.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Semarang Pattimura

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan bank pemerintah yang beroperasi pertama kali di Indonesia dan didirikan di Purwokerto Jawa Tengah pada tanggal 16 Desember 1895 oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama Purwakertosche Hulp en Spaarbank der inlandche Hoofdeen. Pada awal kegiatannya menampung uang kas masjid untuk kemudian digunakan untuk pinjaman bagi masyarakat sekitar dengan bunga ringan.

Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Semarang Pattimura merupakan bagian dari Bank Rakyat Indonesia. Pendirian Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura didirikan atas dasar Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 145.M.12/1985 tanggal 5 Desember 1985 berkenaan dengan pemberian ijin kepada Bank Rakyat Indonesia untuk mendirikan Cabang sebanyak 204 Kantor Cabang termasuk Bank Rakyat Indonesia Semarang Pattimura. Secara resmi Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura secara resmi berdiri pada tanggal 18 Juni 1988.

4.1.1.2 Bidang Usaha Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura

Bidang usaha yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pattimura Semarang diantaranya jasa simpanan, jasa perkreditan dan jasa layanan.

Produk simpanan yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang diantaranya adalah GIROBRI, simpanan dan DEPOSITO. Giro yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang terdiri dari dua macam yaitu giro dalam mata uang rupiah dan giro dalam mata uang asing. Tabungan yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang ada dua macam yaitu tabungan BRITAMA dan tabungan ONH. DEPOSITO yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang ada dua macam pula yaitu DEPOBRI dan SERTI BRI.

Jenis kredit yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang diantaranya yaitu tabungan pegawai, kredit konsumtif, kredit investasi dan kredit modal kerja.

Jenis jasa lain yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang diantaranya yaitu jasa transfer, CEPEBRI, inkaso, save deposit box, kliring dan payment point.

4.1.1.3 Wilayah Kerja Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pattimura Semarang dalam kerjanya membawahi 33 unit Bank Rakyat Indonesia Unit. Bank Rakyat Indonesia Unit yang merupakan wilayah kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pattimura diantaranya yaitu : BRI Unit Gunungpati,

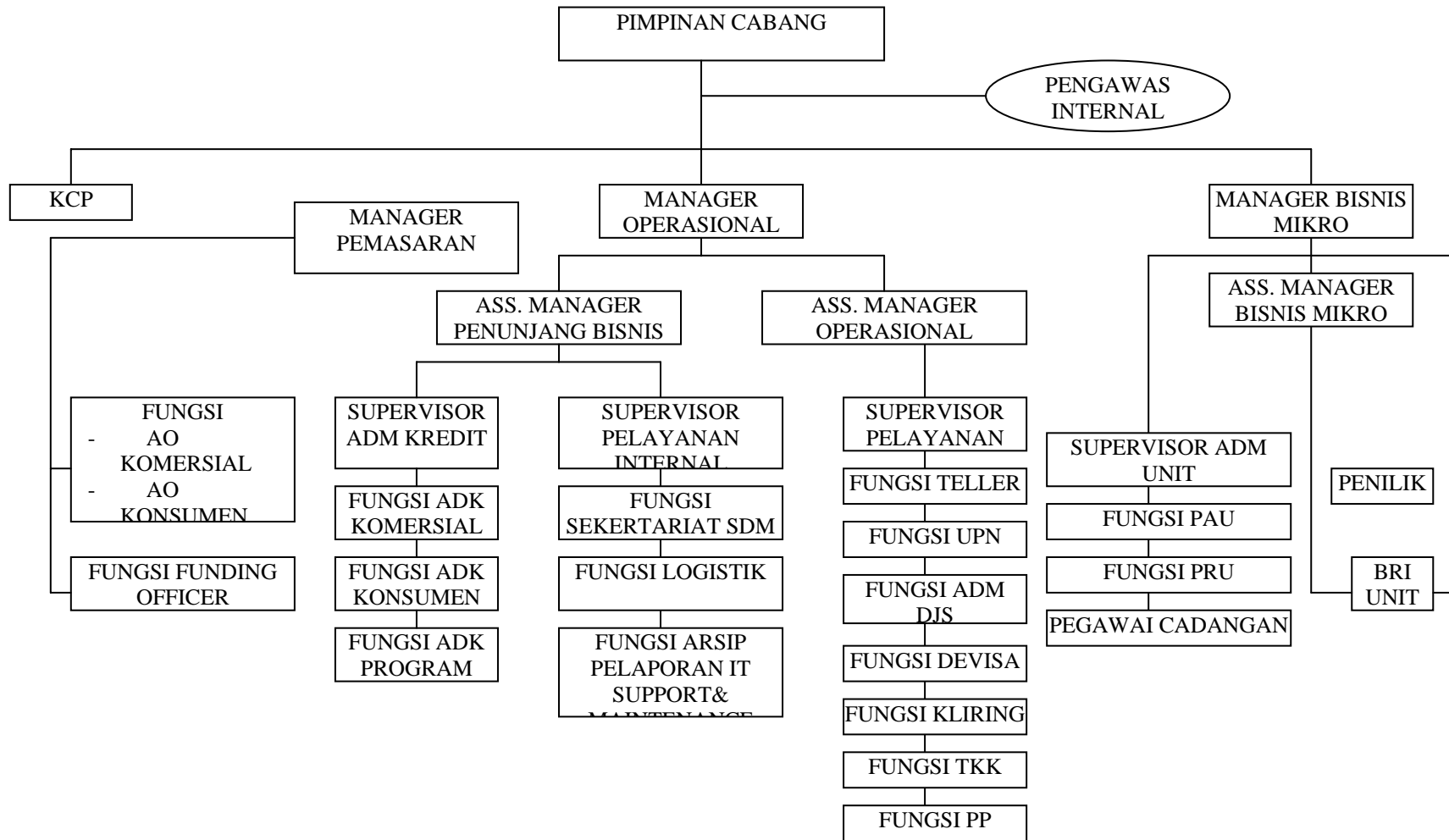
BRI Unit Semarang Selatan, BRI Unit Genuk, BRI Unit Tugu, BRI Unit Mijen, BRI Unit Semarang Barat, BRI Unit Semarang Timur, BRI Unit dr. Cipto, BRI Unit Kranggan, BRI Unit Mugas, BRI Unit Kartini, BRI Unit Sampangan, BRI Unit Banyumanik, BRI Unit UK, BRI Unit Hasanudin, BRI Unit Pedurungan, BRI Unit Majapahit, BRI Unit Widoharjo, BRI Unit Johar, BRI Unit Pleburan, BRI Unit Suyudono, BRI Unit Jrasah, BRI Unit Tlogosari, BRI Unit Ngalian, BRI Unit Mrican, BRI Unit Ngesrep, BRI Unit Abdulrahman Saleh, BRI Unit Sendang Mulyo, BRI Unit Menoreh, BRI Unit Penggaron, BRI Unit Indraprasta, BRI Unit Sukun dan BRI Unit Jangli.

4.1.1.4 Struktur Organisasi

Suatu organisasi agar dapat berjalan dengan lancar dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan, maka perlu adanya struktur organisasi sesuai dengan perubahan dan memuat pembagian wewenang dan tugas serta fungsi masing-masing sesuai dengan tanggungjawabnya. Struktur organisasi merupakan gambaran secara skematis tentang hubungan kerjasama dan orang-orang yang terdapat di dalamnya serta tanggungjawab masing-masing bagian di dalam suatu badan dalam rangka usaha untuk pencapaian tujuan.

Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang menggunakan struktur organisasi dengan sistem garis dan staff, karena kesatuan perintah dalam organisasi tetap dipertahankan artinya atasan mempunyai bawahan tertentu dan bawahan hanya menerima perintah dari atasan.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang

Sumber : PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Pattimura Semarang 2005

Karakteristik Responden Penelitian

1. Deskripsi Usia Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dari penyebaran angket maka diperoleh data tentang umur nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1. Distribusi Umur Responden Penelitaian

No	Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
1	16 – 32	57	57%
2	33 – 49	27	27%
3	50 – 66	10	10%
4	67 – 83	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang memiliki tingkatan umur antara 16 - 32 tahun yaitu sebanyak 57 orang responden sedangkan yang paling kecil memiliki tingkat umur 67 - 83 tahun sebanyak 6 orang responden.

2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dari penyebaran angket maka diperoleh data tentang jenis kelamin nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Distribusi Jenis Kelamin Responden Penelitian

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Pria	64	64,0%
2.	Perempuan	26	26,0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Berdasarkan data pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang responden dan sedang yang paling kecil yaitu berjenis kelamin perempuan sebanyak 26 orang responden.

3. Deskripsi Pekerjaan Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dari penyebaran angket maka diperoleh data tentang jenis pekerjaan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Distribusi pekerjaan Responden Penelitian

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
1.	PNS	23	23,0%
2.	Swasta	66	66,0%
3.	Mahasiswa/Pelajar	11	11,0%
Jumlah		100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Berdasarkan data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang memiliki pekerjaan swasta yaitu 66 orang responden dan yang paling kecil memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 11 orang responden.

4.1.2 Deskripsi Variabel Kualitas

Gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang dapat dilakukan dengan analisis deskriptif persentase berikut ini:

1. Bukti Fisik

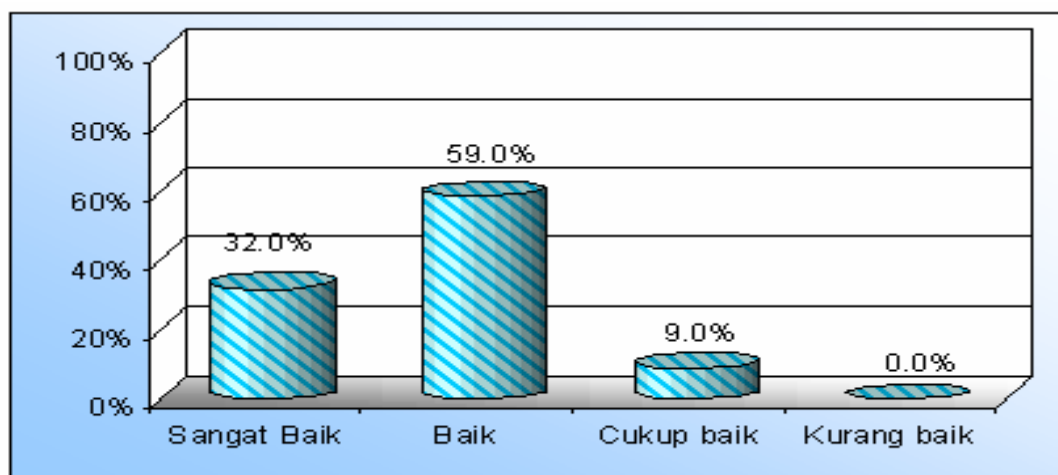
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor bukti fisik di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah 15,6 dengan persentase 78,0% dan termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.4. Distribusi Bukti Fisik BRI

Skor jawaban	Kriteria	f	Persentase
16,4 – 20,0	Sangat baik	32	32.0%
12,6 – 16,3	Baik	59	59.0%
8,9 – 12,5	Cukup baik	9	9.0%
5,0 – 8,8	Kurang baik	0	0.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang bukti fisik atas pelayanan jasa simpanan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang tersebut di atas dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.2. Diagram Distribusi Kategori Bukti Fisik BRI

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 59 orang responden menyatakan bukti fisik termasuk kategori baik, sedangkan yang paling kecil menyatakan cukup baik sebanyak 9 orang responden.

2. Keandalan

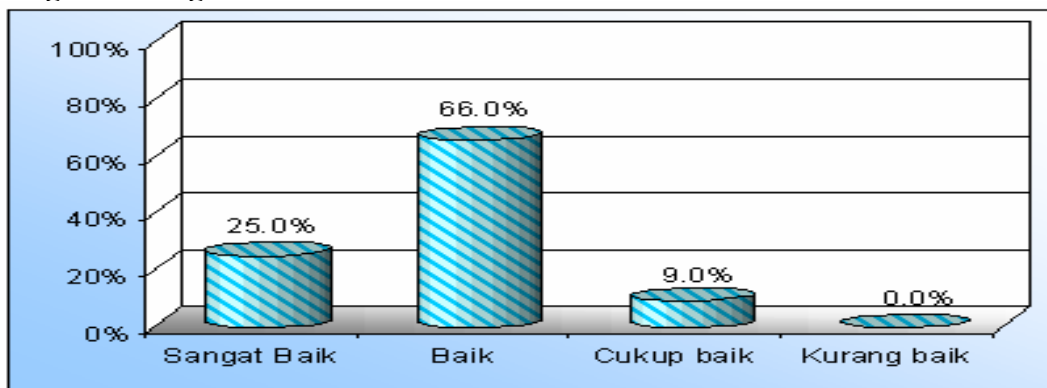
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor keandalan pelayanan adalah 17,7 dengan persentase 73,8% dan termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.5. Distribusi Keandalan Pelayanan

Skor jawaban	Kriteria	F	Persentase
19,6 – 24,0	Sangat baik	25	25.0%
15,1 – 19,5	Baik	66	66.0%
10,6 – 15,0	Cukup baik	9	9.0%
6,0 – 10,5	Kurang baik	0	0.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang keandalan dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.3. Diagram Distribusi Kategori Keandalan Pelayanan

Berdasarkan gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 66 orang menyatakan keandalan pelayanan termasuk kategori baik, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik yaitu sebanyak 9 responden.

3. Daya Tanggap

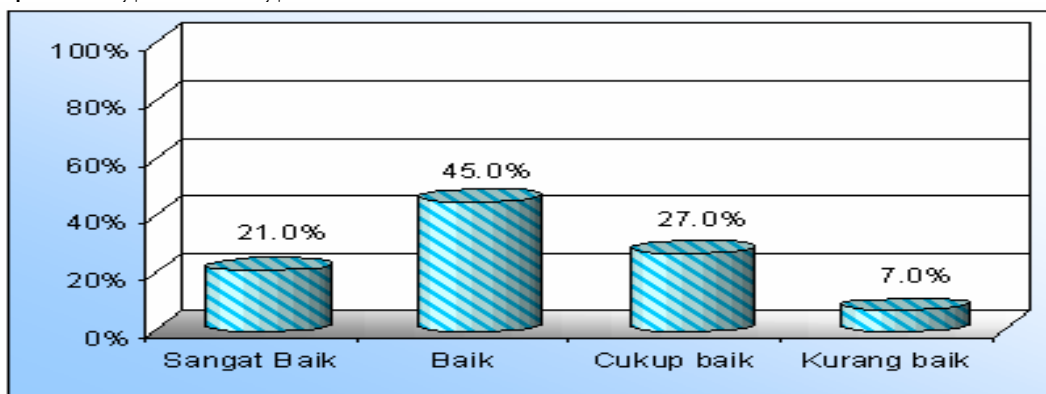
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor daya tanggap adalah 8,2 dengan persentase 68,2% dan termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.6. Distribusi Daya Tanggap Karyawan

Skor jawaban	Kriteria	F	Persentase
9,9 – 12,0	Sangat baik	21	21.0%
7,6 – 9,8	Baik	45	45.0%
5,4 – 7,5	Cukup baik	27	27.0%
3,0 – 5,3	Kurang baik	7	7.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang daya tanggap dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.4. Diagram Distribusi Kategori Daya Tanggap Karyawan

Berdasarkan gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 45 responden menyatakan bahwa daya tanggap karyawan masuk dalam kategori baik, sedangkan yang paling kecil menyatakan kurang baik yaitu 7 responden.

4. Jaminan

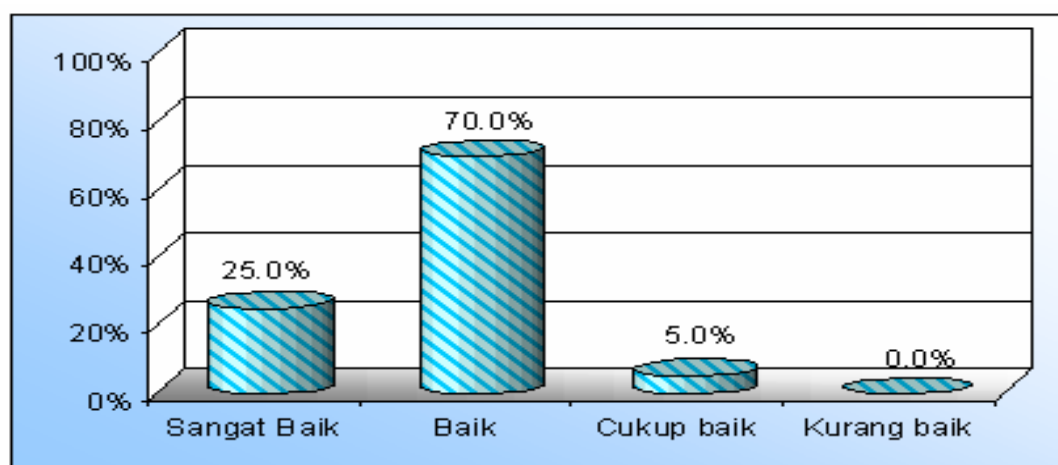
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor jaminan adalah 18,4 dengan persentase 76,5% dan termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.7. Distribusi Jaminan Pelayanan

Skor jawaban	Kriteria	F	Persentase
19,6 – 24,0	Sangat baik	25	25.0%
15,1 – 19,5	Baik	70	70.0%
10,6 – 15,0	Cukup baik	5	5.0%
6,0 – 10,0	Kurang baik	0	0.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang jaminan dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.5. Diagram Distribusi Kategori Jaminan Pelayanan

Berdasarkan gambar 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 70 orang menyatakan bahwa jaminan pelayanan pada nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang masuk dalam kategori baik, sedangkan yang paling kecil menyatakan cukup baik yaitu 5 responden.

5. Empati

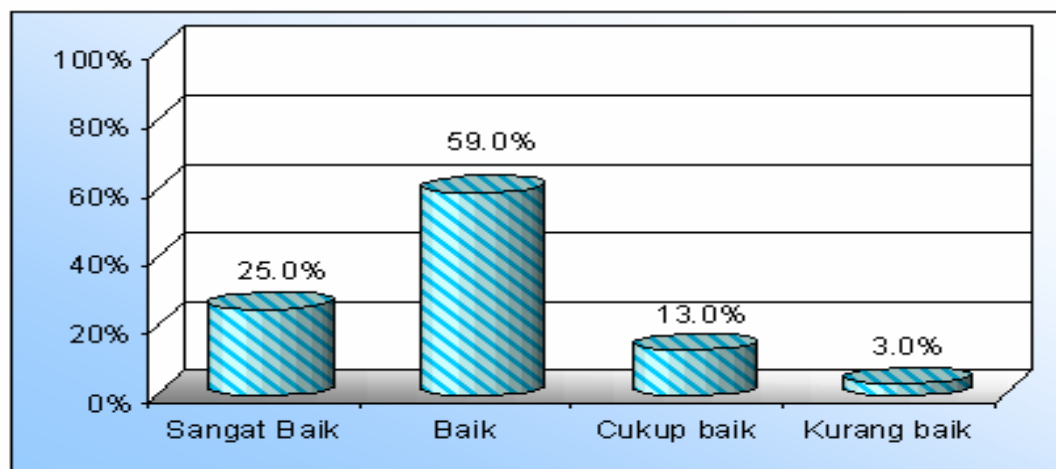
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor empati adalah 9,0 dengan persentase 74,8% dan termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.8. Distribusi Empati Karyawan

Skor jawaban	Kriteria	F	Persentase
9,9 – 12,0	Sangat baik	25	25.0%
7,6 – 9,8	Baik	59	59.0%
5,4 – 7,5	Cukup baik	13	13.0%
3,0 – 5,3	Kurang baik	3	3.0%
Jumlah		100	100%

Sumber: data yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang empati dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.6. Diagram Distribusi Kategori Empati Karyawan

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 59 orang menyatakan bahwa empati karyawan BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang masuk dalam kategori baik, sedangkan yang paling kecil menyatakan kurang baik sebanyak 3 responden.

4.1.3 Kepuasan Nasabah

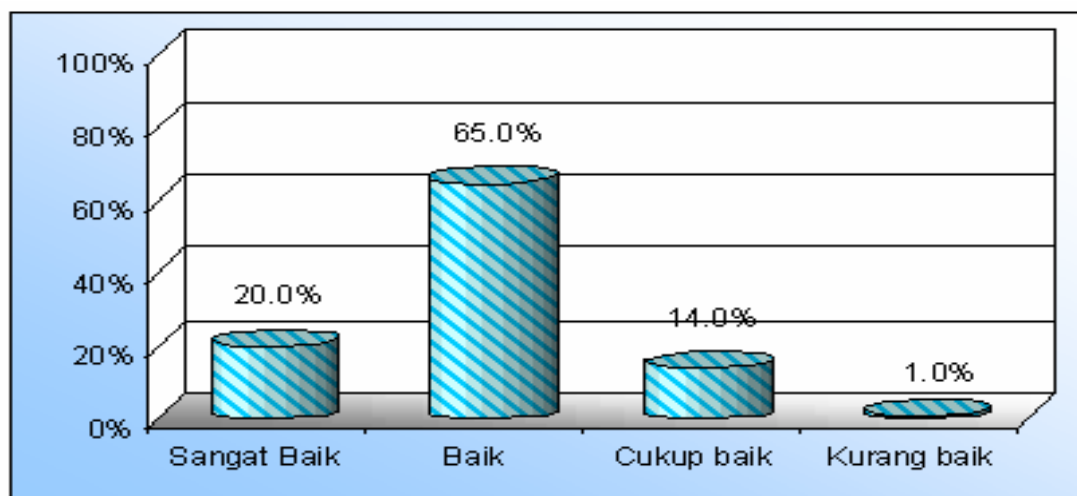
Gambaran tentang kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang berdasarkan jawaban angket yang diberikan masing-masing responden diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.9. Distribusi Kepuasan Nasabah

Skor jawaban	Kriteria	f	Persentase
45,6 – 56,0	Sangat memuaskan	20	20.0%
35,1 – 45,5	Memuaskan	65	65.0%
24,6 – 35,0	Cukup memuaskan	14	14.0%
14,0 – 24,5	Kurang memuaskan	1	1.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang tersebut di atas dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut :



Gambar 4.7. Diagram Distribusi Kategori Kepuasan Nasabah

Dari tabel perhitungan pada lampiran, dapat diketahui bahwa besarnya skor rata-rata kepuasan nasabah mencapai 41,0, dengan persentase 73,3% dan termasuk kategori memuaskan. Pada gambar 4.7 di atas, juga menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yaitu 65 responden menyatakan puas, sedang yang paling kecil yaitu 6 responden menyatakan kurang puas.

Secara lebih rinci gambaran tentang kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang ditinjau dari tiap-tiap indikator yaitu kesesuaian harapan, kemudahan memperoleh, dan kesediaan merekomendasikan dapat disajikan sebagai berikut :

1. Kesesuaian harapan

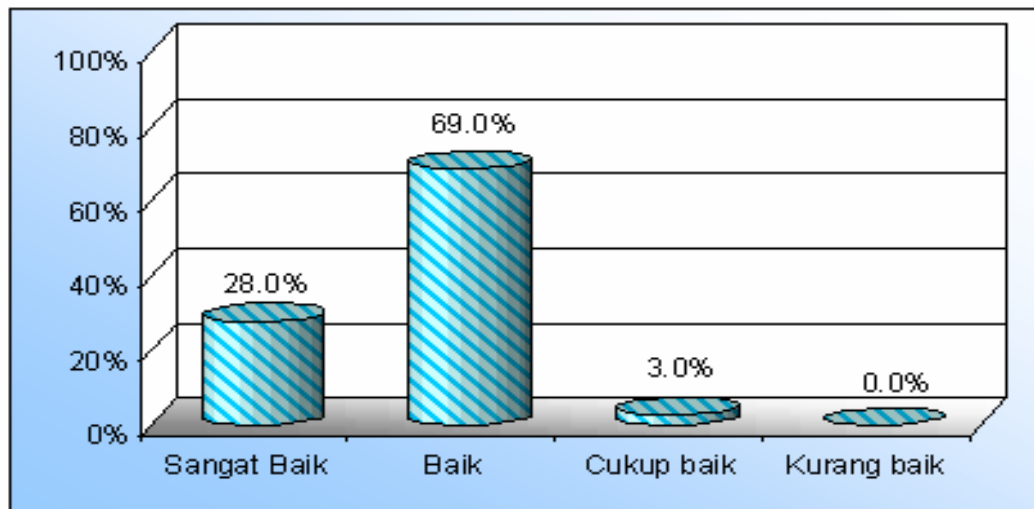
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor kesesuaian harapan adalah 12,4 dengan persentase 77,4% dan termasuk kategori sesuai. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Distribusi Kesesuaian Harapan

Skor jawaban	Kriteria	f	Persentase
13,1 – 16,0	Sangat sesuai	28	28.0%
10,1 – 13,0	Sesuai	69	69.0%
7,1 – 10,0	Cukup sesuai	3	3.0%
4,0 – 7,0	Kurang sesuai	0	0.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang kepuasan nasabah dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.8. Diagram Distribusi Kategori Kepuasan Nasabah

Berdasarkan gambar 4.8 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yaitu 69 orang menyatakan kesesuaian harapannya masuk kategori sesuai sedangkan yang paling kecil yaitu 3 responden menyatakan cukup sesuai harapan.

2. Kemudahan memperoleh Jasa

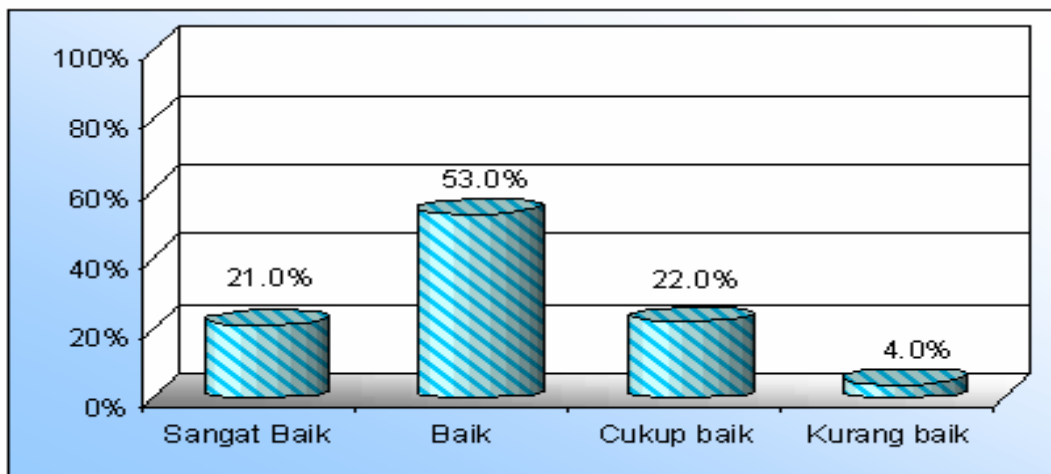
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor kemudahan memperoleh jasa pelayanan simpanan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah 16,8 dengan persentase 70,2% dan termasuk kategori mudah. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.11. Distribusi Kemudahan Memperoleh Jasa

Skor jawaban	Kriteria	f	Persentase
19,6 – 24,0	Sangat mudah	21	21.0%
15,1 – 19,5	Mudah	53	53.0%
10,6 – 15,0	Cukup mudah	22	22.0%
6,0 – 10,0	Sulit	4	4.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang pemerolehan layanan dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.9. Diagram Distribusi Kategori Pemerolehan jasa

Berdasarkan gambar 4.9 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yaitu 53 responden menyatakan cara memperoleh jasa layanan simpanan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah mudah, sedangkan yang paling kecil yaitu sebanyak 4 responden menyatakan sulit.

3. Kesiediaan merekomendasikan

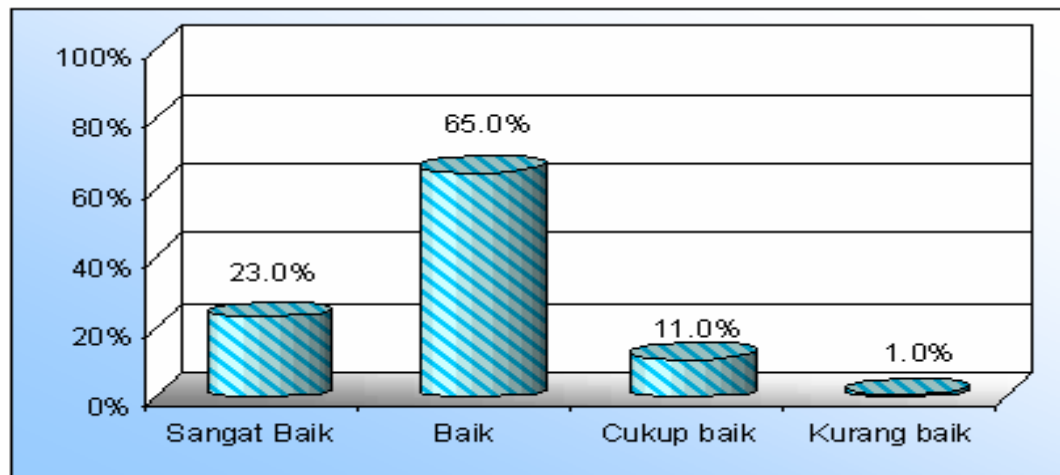
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor kesiediaan merekomendasikan adalah 11,8 dengan persentase 73,8% dan termasuk kategori tinggi. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.12. Distribusi Merekomendasikan Responden

Skor jawaban	Kriteria	f	Persentase
13,1 – 16,0	Sangat tinggi	23	23.0%
10,1 – 13,0	Tinggi	65	65.0%
7,1 – 10,0	Cukup tinggi	11	11.0%
4,0 – 7,0	Rendah	1	1.0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah 2005

Lebih jelasnya data tentang merekomendasikan dari nasabah dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.10. Diagram Distribusi Kategori Merekomendasikan

Berdasarkan gambar 4.10 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yaitu 65 orang menyatakan kesediaannya merekomendasikan jasa layanan simpanan di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang masuk kategori tinggi sedangkan yang paling kecil yaitu 1 orang menyatakan tidak bersedia merekomendasikan layanan jasa BRI.

4.1.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya adalah “Kualitas jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang”. Guna pengujian secara statistik maka dirumuskan hipotesis nihil (H_0) “Kualitas jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan maupun parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang”.

Dalam rangka menguji hipotesis tersebut digunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi berganda dengan menggunakan program komputasi *SPSS for windows relase 11* diperoleh hasil seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.13. Ringkasan Analisis Regresi antara Kualitas Jasa Layanan Dengan Kepuasan Nasabah

Keterangan	Nilai
Konstanta	0,841
Bukti fisik (X ₁)	0,443
Keandalan (X ₂)	0,418
Daya tanggap (X ₃)	0,857
Jaminan (X ₄)	0,686
Empati (X ₅)	0,699
F _{hitung}	83,463
R	0,903
R ²	0,816
t _{hitung} variabel bukti fisik	2,162
t _{hitung} variabel keandalan	2,283
t _{hitung} variabel daya tanggap	3,143
t _{hitung} variabel jaminan	4,441
t _{hitung} variabel empati	2,711
r parsial bukti fisik	0,218
r parsial keandalan	0,229
r parsial daya tanggap	0,308
r parsial jaminan	0,416
r parsial empati	0,269

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa koefisien regresi yang diperoleh yaitu : $\hat{Y} = 0,841 + 0,443X_1 + 0,418X_2 + 0,857X_3 + 0,686X_4 + 0,699X_5$. Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 0,841

Jika variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati = konstan, maka kepuasan nasabah akan menjadi sebesar 0,841 point.

2. Koefisien X_1 (bukti fisik) = 0,443

Jika bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan nasabah sebesar 0,443 point.

3. Koefisien X_2 (keandalan) = 0,418

Jika keandalan mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati dianggap tetap, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan sebesar 0,418 point.

4. Koefisien X_3 (daya tanggap) = 0,857

Jika daya tanggap mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,857 point.

5. Koefisien X_4 (jaminan) = 0,686

Jika jaminan mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,686 point.

6. Koefisien X_5 (empati) = 0,699

Jika empati mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,699 point.

Dalam rangka pengujian hipotesis yang telah diajukan dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik yaitu uji F dan uji t.

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dengan analisis varians untuk regresi dengan bantuan komputer program *SPSS for Windows release 11* yang terangkum pada pada tabel 4.13 diperoleh $F_{hitung} = 83,463$ dengan harga signifikansi sebesar 0,000. Karena harga signifikansi kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh tersebut signifikan sehingga hipotesis nihil (H_0) **ditolak**, sedangkan hipotesis penelitian yang berbunyi “Kualitas jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang” **diterima**.

Derajat hubungan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan kepuasan nasabah secara bersama-sama atau secara simultan dapat diketahui dari harga korelasi secara simultan atau R. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program komputasi *SPSS for Windows release 11* yang terangkum pada tabel 4.13 diperoleh harga koefisien korelasi secara simultan (R) sebesar 0,903. Keberartian dari korelasi secara simultan ini diuji dengan uji F. Dari hasil pengujian tersebut dimana diperoleh $F_{hitung} = 83,463$ dengan harga signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa hubungan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura tersebut signifikan.

Besarnya pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap keputusan nasabah dapat diketahui dari harga koefisien determinasi simultan (R^2). Berdasarkan hasil analisis pada tabel 14.3 diperoleh harga R^2 sebesar 0,816. Dengan demikian menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura sebesar 81,6% dan sisanya yaitu 18,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial ini dimaksudkan untuk menguji keberartian pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan jaminan (X_5) terhadap kualitas jasa layanan (Y).

a. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.13. di atas menunjukkan bahwa untuk variabel bukti fisik diperoleh koefisien regresi sebesar 0,443. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 2,162$ dengan signifikansi 0,033. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa layanan (Y).

b. Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.13. di atas menunjukkan bahwa untuk variabel keandalan diperoleh

koefisien regresi sebesar 0,418. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 2,283$ dengan signifikansi 0,025. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel keandalan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa layanan (Y).

c. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.13. di atas menunjukkan bahwa untuk variabel daya tanggap diperoleh koefisien regresi sebesar 0,857. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 3,143$ dengan signifikansi 0,002. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa layanan (Y).

d. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.13. di atas menunjukkan bahwa untuk variabel jaminan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,686. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 4,441$ dengan signifikansi 0,000. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa layanan (Y).

e. Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.13. di atas menunjukkan bahwa untuk variabel empati diperoleh koefisien regresi sebesar 0,699. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t

diperoleh $t_{hitung} = 2,711$ dengan signifikansi 0,008. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel empati (X_5) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa layanan (Y).

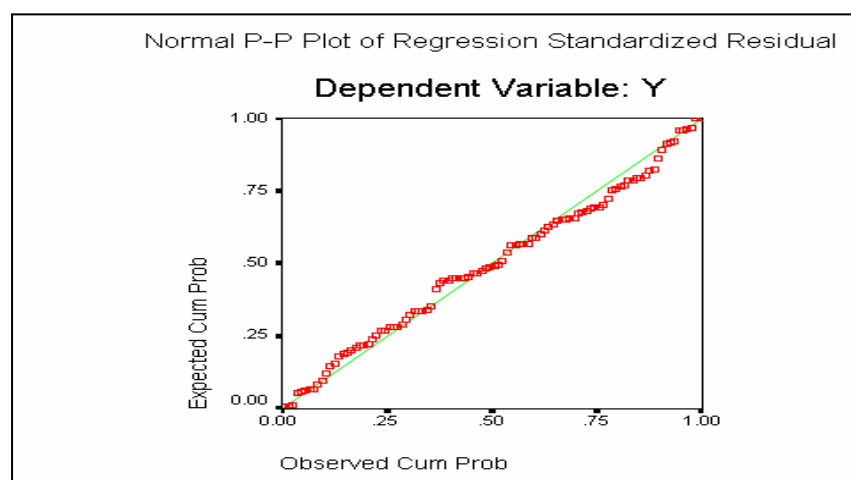
Hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dapat diketahui dari harga koefisien korelasi secara parsial. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program komputasi *SPSS for Windows release 11* seperti terangkum pada tabel 4.13 diperoleh koefisien korelasi parsial antara bukti fisik dengan kualitas jasa layanan sebesar 0,218, koefisien korelasi parsial antara keandalan dengan kualitas jasa layanan sebesar 0,229, koefisien korelasi parsial antara daya tanggap dengan kualitas jasa layanan sebesar 0,308, koefisien korelasi antara jaminan dengan kualitas jasa layanan sebesar 0,416 dan koefisien korelasi antara empati dengan kualitas jasa layanan sebesar 0,269.

Besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi secara parsial (r^2) dari masing-masing variabel tersebut. Dengan demikian besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kualitas jasa layanan adalah 4,8%, besarnya pengaruh keandalan terhadap kualitas jasa layanan adalah 5,2%, besarnya pengaruh daya tanggap terhadap kualitas jasa layanan adalah 9,5%, besarnya pengaruh jaminan terhadap kualitas jasa layanan adalah 17,3%, dan besarnya pengaruh empati terhadap kualitas jasa layanan adalah 7,2%. Hal ini berarti bahwa variabel jaminan memberikan pengaruh paling besar terhadap kualitas jasa layanan dibandingkan variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil perhitungan normalitas data pada lampiran menunjukkan bahwa penyebaran plot berada di sekitar dan sepanjang garis 45° , dengan demikian menunjukkan bahwa data-data pada variabel penelitian berdistribusi normal. Lebih jelasnya penyebaran plot tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



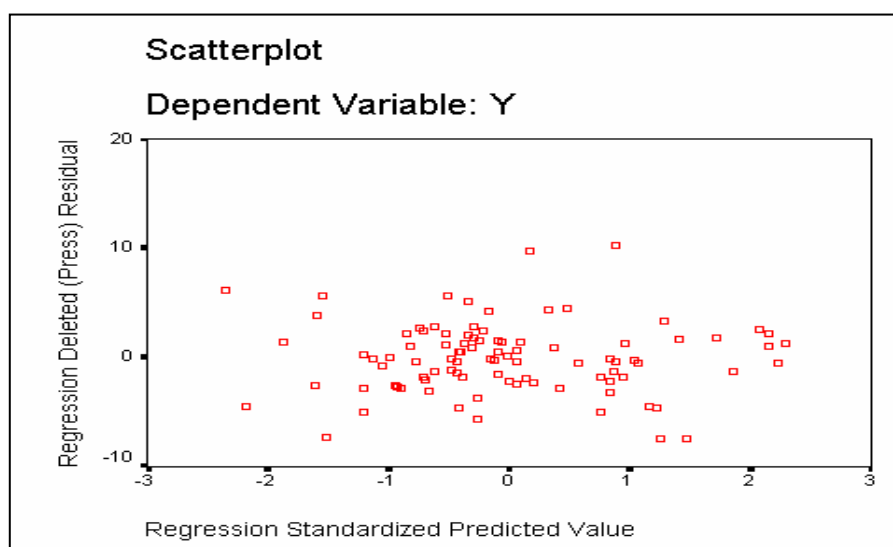
Gambar 4.11. Gambar Penyebaran Plot Uji Normalitas

2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan melihat korelasi antara variabel bebas diperoleh yaitu antara variabel X1 dengan X2 sebesar 0,696, antara X1, dengan X3 sebesar 0,650, antara X1 dengan X4 sebesar 0,648, antara X1 dengan X5 sebesar 0,613, antara X2 dengan X3 sebesar 0,779, antara X2 dengan X4 sebesar 0,633, antara X2 dengan X5 sebesar 0,640, antara X3 dengan X4 sebesar 0,641, antara X3 dengan X5 sebesar 0,718 dan antara X4 dengan X5 sebesar 0,638. Dengan demikian koefisien korelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini seluruhnya kurang dari 0,8, maka persamaan regresi yang diperoleh tidak mengandung multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis dengan program komputasi *SPSS for Windows release 10* diperoleh *scatter plot* yang tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Lebih jelasnya pola *scatter plot* dari hasil perhitungan diperlihatkan di bawah ini.



Gambar 4.12. Gambar Scatterplot

Berdasarkan ketiga pengujian asumsi klasik di atas menunjukkan bahwa model regresi berganda yang diperoleh tidak mengalami penyimpangan asumsi klasik sehingga efisien untuk menggambarkan bentuk hubungan antar variabel penelitian.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang. Besarnya pengaruh variabel kualitas jasa layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati **secara bersama sama atau**

simultan yaitu sebesar 0,816 atau 81,6%. Dengan demikian dapat disimpulkan pula bahwa kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel bebas pada penelitian ini sebesar 0,184 atau 18,4%. Bentuk pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan nasabah adalah pengaruh positif yang ditunjukkan dari harga-harga koefisien regresi maupun koefisien korelasi yang bertanda positif. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel kualitas pelayanan jasa nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati ditingkatkan, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah dan sebaliknya jika variabel kualitas pelayanan jasa nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati menurun, maka akan diikuti dengan menurunnya kepuasan nasabah. Dengan demikian untuk menjamin kepuasan nasabah salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menjamin kualitas jasa layanan agar tetap baik. Sebab kontribusi atau pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah ini relatif tinggi.

Tingginya pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan pada bisnis jasa, kualitas pelayanan kedudukannya sangat vital untuk menjamin kepuasan nasabah. Apabila hasil pada penelitian ini dihubungkan dengan teori yang dikemukakan oleh Nirwana (2004 : 30) yang menyatakan bahwa pemasaran jasa khususnya jasa perbankan yang bergerak di bidang *finance* sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari para staf dan karyawan. Pelayanan staf dan karyawan yang buruk akan menyebabkan nasabah enggan berhubungan lebih lanjut dengan bank, bahkan tidak menutup kemungkinan nasabah bank akan

pindah ke bank lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mendukung teori tersebut.

Dengan demikian kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara profesional, karena bank adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada nasabahnya. Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan konsumen. Orientasi kepuasan nasabah diperlukan karena : (1) nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya tidak beralih ke bank lainnya, (2) nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif (Sunardi, 2003 : 69).

Hasil deskripsi data menunjukkan bahwa BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang memiliki kelima komponen kualitas jasa layanan secara baik. Ditinjau dari bukti fisiknya BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang, menurut pernyataan sebagian besar responden memiliki sarana halaman parkir yang nyaman dan memadai, kebersihan interior lingkungan bank yang terjaga dengan baik, kebersihan eksterior lingkungan bank yang terjaga dengan baik, pegawai bank yang berpenampilan rapi dan menarik serta kelengkapan sarana dan prasarana penunjang transaksi yang memadai. Dengan dimilikinya segala kondisi fisik bank yang memadai tersebut tentunya akan memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.

Ditinjau dari keandalan dalam memberikan pelayanan menurut pernyataan sebagian responden nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang telah mampu memberikan pelayanan secara handal. Hal ini ditunjukkan dari pelayanan pembukaan

rekening yang dilaksanakan secara cepat dan tepat, pelayanan penyetoran dana nasabah yang dilaksanakan secara cepat, penarikan dan penyetoran yang dapat dilaksanakan di semua cabang melalui jaringan yang telah online, pelayanan penarikan dana yang dapat dilaksanakan secara cepat baik melalui teller maupun ATM, pelayanan transaksi yang dapat dilakukan sesuai dengan jam kerja bank, dan masih tetap dilayaninya nasabah pada saat jam kerja walaupun dengan jumlah karyawan yang tidak penuh. Dengan adanya kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi tersebut maka nasabah akan merasa terpuaskan dan akan tetap memakai jasa layanan ini untuk waktu-waktu yang akan datang.

Ditinjau dari daya tanggap petugasnya menunjukkan bahwa secara umum telah baik. Petugas BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang telah mampu memberikan layanan informasi kepada nasabah secara cepat dan mampu menangani keluhan nasabah secara cepat, akan tetapi ditinjau dari antrian yang harus ditempuh oleh nasabah saat akan melakukan transaksi relatif panjang dan menjemukan meskipun telah ada nomor urut antrian yang disediakan oleh pihak bank.

Ditinjau dari aspek jaminan berdasarkan pernyataan sebagian besar responden menunjukkan bahwa *marketing officer* di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang telah terampil dalam melayani nasabah, *customer service* telah terampil dalam melayani nasabah, *marketing officer* telah terampil dalam melayani nasabah, *teller* telah terampil melayani nasabah, dan keselamatan nasabah saat melakukan transaksi juga telah dijamin oleh pihak bank dengan adanya *security* yang cakap didukung keamanan dari pihak kepolisian yang siap sedia selama jam kerja.

Sedangkan ditinjau dari empatnya menurut pernyataan sebagian besar responden menyatakan bahwa pegawai BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang

telah memberikan perhatian terhadap segala keluhan maupun kebutuhan nasabah secara simpatik, dan dalam melakukan transaksi pegawai bank telah komunikatif sehingga dapat menarik perhatian nasabah karena antara nasabah yang satu dengan yang lainnya mendapatkan perhatian yang sama.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda untuk uji t, disimpulkan bahwa semua variabel kualitas jasa layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati **secara parsial** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah diterima atau terbukti kebenarannya.

Apabila hasil penelitian ini dihubungkan dengan teori yang dikemukakan Lovelock (1991) di dalam pemasaran bank kualitas pelayanan bank yang sangat baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan pada nasabah dan loyalitas konsumen. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004 : 145). Maka disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mendukung teori tersebut.

Besarnya pengaruh dari semua variabel kualitas jasa layanan tersebut yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang secara berturut-turut adalah : (1) variabel bukti fisik terhadap kepuasan nasabah adalah 4,8%, dimana variabel bukti fisik ini memberikan pengaruh yang paling kecil terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang diikuti variabel keandalan, dimana besarnya pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah adalah 5,2%, besarnya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan

nasabah adalah 9,5%, besarnya pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah adalah 17,3%, variabel jaminan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang, sedang besarnya pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah adalah 7,2%.

Walaupun berdasarkan deskripsi data, bukti fisik bank dan keandalan telah baik akan tetapi dari uji pengaruh kedua variabel ini kontribusinya paling rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa kondisi fisik atau bangunan dari bank dan fasilitas pendukungnya bukan merupakan alasan utama para nasabah untuk tetap memilih pelayanan jasa yang ditawarkan. Pada dasarnya nasabah sangat memerlukan jaminan pelayanan meliputi keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melayani nasabah, kesopanan atau etika dalam melayani nasabah serta keamanan saat bertransaksi.

Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Hasibuan (2005 : 152) yang menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Moenir (2002 : 197), bahwa untuk memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka sipelaku dalam hal ini petugas, harus dapat bertingkah laku yang sopan, dapat menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu menyampaikan yang tepat dan pemberian layanan dilakukan secara ramah. Dari kedua pendapat tersebut faktor utama yang mampu mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pada kecakapan dan sikap karyawan saat melayani nasabah dan bukan terletak pada kondisi bangunan maupun fasilitas fisik lainnya yang terlihat mewah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas jasa layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang. Besarnya pengaruh dimensi kualitas jasa layanan simpanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 81,6%.
2. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang adalah variabel jaminan sedangkan yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel bukti fisik dan variabel keandalan.

5.2 Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan simpulan di atas adalah : Mengingat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka pihak manajemen di BRI Kantor Cabang Pattimura Semarang hendaknya:

1. Memberikan training kepada karyawan agar keterampilan dalam melayani nasabah dapat lebih baik.
2. Perlu peningkatan pelayanan pada bukti fisik yaitu meningkatkan fasilitas parkir kendaraan bermotor di dalam lingkungan kantor. Karena peranan fasilitas parkir sangat berarti bagi kenyamanan nasabah.
3. Menambah ATM agar transaksi di bank tidak menyebabkan antrian panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Analisis Regresi*. Yogyakarta:BPFE
- Ali, Muhammad.1989. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, edisi Revisi V. Jakarta:Rineka Cipta
- Hasibuan, S.P, Malayu.2005.*Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sunardi. 2003.Journal Ekonomi dan Bisnis vol IX No. 1 Maret
- Meylina Wenny Herizon. 2003. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura vol VI No.1, April
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, edisi pertama*. Jakarta:Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi
- Moenir, A.S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang : Dioma
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survai*, edisi revisi. Jakarta : Lp3ES
- Sugiarto, Endar. 1999. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sumarni, Murti. 1993. *Marketing Perbankan*. Yogyakarta : Liberty
- Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfa Beta
- Tjiptono, Fandy.2000. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- 2000. *Perspektif Manajemen dan pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi

-----, 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

-----, 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi

Umar, Husein. 2000. *Research Methods In Finance and Banking*. Jakarta :
PT Gramedia Pustaka Utama