

**PENGARUH PELAYANAN PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA BANK SULSELBAR KABUPATEN
BANTAENG**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S - 1

Program Studi Manajemen



School Of Business

Diajukan oleh :

ISWAHYUDIN

2017212179

**KONSENTRASI BISNIS PERBANKAN & KEUANGAN MIKRO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
NOBEL INDONESIA
MAKASSAR
2019**

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT BANK SULSELBAR CABANG UTAMA
MAKASSAR**

Nama : ISWAHYUDIN
NIM : 2017212179

telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi STIE Nobel
Indonesia pada tanggal 08 Maret 2019 dan dinyatakan diterima untuk memenuhi
syarat guna memperoleh gelar Akademik
Sarjana Manajemen – S.M

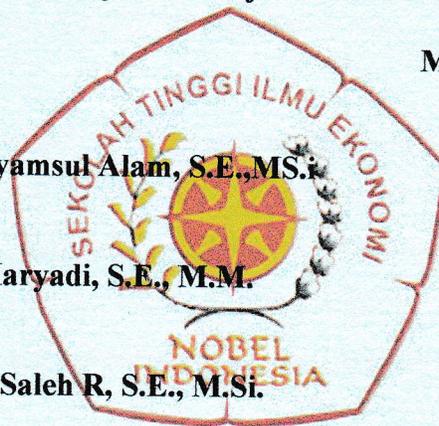
Makassar, 09 Maret 2019

Tim Penguji :

Ketua : **Dr. Syamsul Alam, S.E., MS.i**

Sekretaris : **Dr. Maryadi, S.E., M.M.**

Anggota : **Muh. Saleh R, S.E., M.Si.**



School Of Business

Mengesahkan,

Wakil Ketua I
Bidang Akademik

(Dr. Ahmad Firman S.E., M.Si)

Ketua Jurusan

(Yuswari Nur, S.E., M.Si)

Mengetahui,
Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar

(Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M)



SURAT PERNYATAAN

Nama : Iswahyudin
Nim : 2017212179
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Perbankan dan Keuangan Mikro
Judul : Pengaruh Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Sulselbar Kabupaten Bantaeng

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan subtransi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya ciplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 11 Maret 2019



Yang menyatakan

Iswahyudin
NIM: 2017212179

ABSTRAK

Iswahyudin. 2019, Pengaruh Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank SulSelbar Kabupaten Bantaeng, di bimbing oleh Syamsul Alam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian terhadap tingkat kepuasan nasabah dan diantara kelima dimensi kualitas layanan mana yang paling dominan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji T.

Hasil analisis penelitian ini menggunakan SPSS 20 yang dapat menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan secara simultan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Kepedulian berpengaruh dominan. Dari penelitian ini diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.520, yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng sebesar 52,0% sementara sisanya sebesar 48,0% kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian dan kepuasan.

ABSTRACT

Iswahyudin. 2019. *The Effect of Employee Services Toward Customer Satisfaction at Bank SulSelbar Bantaeng Regency, supervised by Syamsul Alam.*

This research aims to determine how much effect the dimensions of service quality consist of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and concern for the level of customer satisfaction and among the five dimensions of which service quality is the most dominant.

The analytical method used is a multiple linear regression method with hypothesis testing, namely F test and T test.

The results of the analysis of this study using SPSS 20 which can show that the quality of service simultaneously and partially has a significant effect on customer satisfaction. Concern variables have a dominant influence. From this study, the R Square value is 0.520, which means that the service quality variable is able to explain customer satisfaction at PT. Bank Sulselbar Bantaeng Branch is 52.0% while the remaining 48.0% customer satisfaction is explained by other variables outside of this study.

Keywords: *Physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, care, and satisfaction.*

AFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pelayanan	9
2.2 Kepuasan pelanggan	13

2.3 hubungan antara Kualitas dan kepuasan Pelanggan	21
2.4 Peneliti Terdahulu.....	22
2.5 Kerangka fikir	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
3.7 Instrumen Penelitian	30
3.8 Analisis Data.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.2 Karakteristik Responden	42
4.3 Penentuan Range.....	48
4.4 Analisis Deskripsi	49
4.5 Analisis Pengaruh kualitas pelayanan.....	

4.6 Metode Analisis Data.....	60
4.7 Pembahasan	79
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

4.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jangka waktu menjadi nasabah	45
4.3	Karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa perbankan lain.....	46
4.4	Karakteristik responden berdasarkan masalah yang pernah dikeluhkan	47
4.5	Karakteristik responden berdasarkan jumlah uang yang di tabung dalam sebulan	48
4.6	Deskripsi jawaban responden mengenai bukti fisik	50
4.7	Deskripsi jawaban responden mengenai kehandalan.....	51
4.8	Deskripsi jawaban responden mengenai daya tanggap.....	52
4.9	Deskripsi jawaban responden mengenai jaminan	53
4.10	Deskripsi jawaban responden mengenai kepedulian	55
4.11	Deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan.....	57
4.12	Hasil uji validitas kuesioner	58
4.13	Hasil uji realibilitas kuesioner.....	60

4.14	Hasil analisa regresi berganda.....	61
4.15	Model summary ^b	63
4.16	KMO and Bartlett's Test	63
4.17	Hasil uji F (Serempak)	65
4.18	Hasil uji T (Parsial).....	6

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1.	Kuesioner.....	88
2.	Statistik Deskriptif regresi berganda	89
3.	Uji Asumsi Analisis Faktor	89
4.	Statistik Deskripsif analisis realibility.....	89

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NOBEL INDONESIA.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama ucapan terima kasih peneliti berikan kepada Bapak Dr. Syamsul Alam, SE, M.Si sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada pimpinan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng atas pemberian izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir dan yg tak terhingga kembali kuucapkan terima kasih dan selalu kupersembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda H.NAPING dan Ibuku tercinta HJ.SOHO serta saudara-saudaraku tercinta.

Terimakasih juga ku ucapkan untukmu teman sejatiQ Andi Suci Bidasari, SE yang selalu setia memberi semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, serta semua pihak yang terlibat terimakasih atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan selama penelitian skripsi ini. Semoga mendapat kebaikan dari-NYA atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung

jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Iswahyudin

MOTTO.....

Nalar dan Nurani adalah Anugrah Istimewa dari Allah.... Jangan sia-siakan!!!!

Orang tua itu layaknya pelita sebagai penerang hidup. Ibarat Cahaya lilin yang selalu setia menerangi setiap sudut jalan, dan sebagai semangat yang menjadi motivasi untuk tetap kuat , untuk terus melangkah maju.....

Terimakasih yang tak terhingga untuk kedua orang tuaku..... hari ini sebuah langkah awal untuk sukses.....

iswahyudin

ABSTRAK

Iswahyudin. 2019, Pengaruh Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank SulSelbar Kabupaten Bantaeng, di bimbing oleh Syamsul Alam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian terhadap tingkat kepuasan nasabah dan diantara kelima dimensi kualitas layanan mana yang paling dominan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear bergandengan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji T.

Hasil analisis penelitian ini menggunakan SPSS 20 yang dapat menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan secara simultan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Kepedulian berpengaruh dominan. Dari penelitian ini diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.520, yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng sebesar 52,0% sementara sisanya sebesar 48,0% kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian dan kepuasan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasanya dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia.

Bank juga merupakan lembaga keuangan yang sangat ketat diatur sesuai dengan sifat dasarnya sebagai lembaga kepercayaan, menjadi perantara (intermediasi) antara pihak yang mengalami *surplus of fund* untuk diproduktifitaskan pada sektor-sektor yang mengalami *lack of fund*. Sebagai lembaga keuangan yang sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal dengan selalu mengutamakan kualitas pelayanan sehingga nasabah akan merasa puas dan aman dalam bertransaksi di dunia perbankan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu bisnis.

Lingkungan yang berubah sangat cepat dalam hal peraturan, struktur dan teknologi telah merubah wajah industri perbankan di seluruh dunia. Perubahan-perubahan yang terjadi telah mengurangi hambatan-hambatan yang ada bagi perusahaan perbankan untuk melakukan ekspansi sehingga kondisi tersebut akan menciptakan pasar industri perbankan global yang terintegrasi.

Perubahan-perubahan tersebut memungkinkan perusahaan-perusahaan perbankan untuk memperluas pelayanan yang diberikan kepada nasabah-nasabahnya dan menjadikan makin kompetitif satu sama lain. Perubahan-perubahan tersebut juga telah mengakibatkan adanya perubahan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sehingga perusahaan perbankan harus

melakukan pemikiran ulang terhadap kebijakan-kebijakan strategisnya untuk menjaga kualitas pelayanan yang pada akhirnya dapat tercapainya kepuasan nasabah.

Semenjak dikeluarkannya kebijakan pemerintah bidang perbankan pada tahun 1988 yang dikenal dengan paket Oktober 1988 yang isinya adalah diperkenalkannya pendirian bank swasta nasional, bank perkreditan rakyat dan memberi kemudahan pembukaan kantor baru, maka secara tidak langsung telah mengakibatkan liberalisasi sektor perbankan yang mendorong munculnya bank-bank baru dan masuknya cabang-cabang bank asing di Indonesia, sehingga persaingan antar bank dalam memperebutkan pasar semakin ketat. Untuk menghadapi hal tersebut maka tiap perusahaan di bidang perbankan perlu memperbaiki kinerjanya dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta kualitas pelayanan kepada nasabah.

Menurut Thio (2001), dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut (Gronross 2000).

Dalam rangka membangun kepuasan nasabah, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Menurut Schnoor, dalam Tjiptono, (2002), pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru. Namun jika pelayanan dianggap mengecewakan, maka yang terjadi adalah sebaliknya.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang mengalami kepuasan dalam bertransaksi dengan perbankan akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas, sebaliknya nasabah yang tidak puas akan meninggalkannya dan beralih menjadi nasabah bank pesaing, akibatnya bank mengalami penurunan pendapatan. Dengan kata lain perusahaan perbankan harus terus menerus membangun citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan sehingga perusahaan memiliki reputasi yang baik, karena reputasi perusahaan merupakan bagian dari konsep citra perusahaan dan bagian dari konsep kualitas total jasa (Tjiptono, 2002).

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan

persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *total customer value* yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank.

Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik maka salah satu upaya yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya pada Bank SulSelBar cabang Bantaeng adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan nasabah. Dimana dalam menunjang pengelolaan aktivitas perbankan maka perlu adanya tingkat pelayanan Nasabah, sebab dengan adanya tingkat pelayanan Nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah

Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan maka Bank SulSelBar Kab.Bantaeng untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, PT. Bank SulSelBar sangat memprioritaskan kualitas produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen

terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler, 1997).

Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada Nasabah. Kualitas Layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya sangat dibutuhkan oleh Bank SulSelBar cabang Bantaeng yang fokus terhadap kepuasan nasabah. Tingkat kepuasan Nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Bank SulSelBar Bantaeng bisa dijadikan pertimbangan bagi pimpinan dalam pengambilan keputusan strategi guna memuaskan nasabahnya.

Sehubungan dengan hal diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SULSELBAR KABUPATEN BANTAENG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Diantara variabel wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*), mana yang paling dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian lain maupun pada perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman lebih mendalam tentang penerapan biaya standar sebagai alat pengendalian biaya produksi khususnya pada Bank SulSelBar Bantaeng

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan referensi bagi para manajer dalam upaya memaksimalkan profitabilitas sebagai tujuan utama perusahaan. Bagi pihak manajemen dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengetahui biaya yang seharusnya terjadi dalam proses produksi. Dengan diterapkannya biaya standar dapat mendorong para eksekutif dan karyawan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi proses produksi agar mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan

2.1.1 Definisi Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata “pelayanan” adalah:

1. Perihal atau cara melayani,
2. Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan,
3. Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Layanan pelanggan adalah sebagai sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi bisa konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan.

2.1.2 Bentuk- Bentuk Layanan

Dalam hal ini, bentuk layanan terbagi menjadi dua bagian yaitu:

- 1) Pelayanan yang baik

Dalam melayani nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu yang paling penting diperhatikan

adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tetap tenang, tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

- 2) Tersedianya personil yang baik. Kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan dan menarik. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah, sehingga semakin tertarik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Pegawai Bank harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika pegawai dan *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan para pegawai maupun petugas *customer service* harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan nasabah.
- 5) Mampu berkomunikasi. Pegawai maupun *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia Bank sama artinya menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan nasabah maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

2) Pelayanan yang tidak baik

Setiap hal tentu tidak terlepas dari dua sisi, ada yang baik ada juga yang buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik, berikut beberapa kriteria pelayanan yang tidak baik :

- 1) Membiarkan pelanggan menunggu lama, selalu terlambat, gagal menghargai waktu pelanggan
- 2) Membuat janji tapi tidak di tepati
- 3) Terlalu sok akrab hingga melewati batasan
- 4) Kurangnya keterampilan berkomunikasi
- 5) *Service* yang tidak konsisten, kadang bagus kadang buruk.
- 6) Terlalu sering mengganti karyawan
- 7) Kurangnya keterampilan menangani *complaint*.
- 8) Tidak mengucapkan terima kasih diakhir transaksi

Apabila pelayanan yang diberikan tidak baik kepada pelanggan maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Karena pelanggan merasa tidak puas atas pelayanannya.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004) , kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Zeithaml (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.

Banyak kriteria atau ukuran kualitas yang bervariasi dan cenderung terus dapat berubah sepanjang waktu, maka tidaklah mudah untuk mendefinisikan kualitas secara tepat. Namun demikian para ahli berpendapat bahwa kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti *performance*, kehandalan, mudah dalam penggunaan, dan estetika.

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, et. al. (2000) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggannya. Pelayanan yang berkualitas menurut Valerie A. Zeithaml (dalam Rajawali View, 2003) adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan. Thomson, De Souza, dan Gale (1998) menyatakan bahwa salah satu strategi.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Konsep dan Defenisi Kepuasan Pelanggan

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, dewasa ini semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti konsumen. Ini berarti pihak perusahaan harus menempatkan orientasi

perhatiannya pada kepuasan pelanggan yang diyakini merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas.

Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Menurut Engel, 1990, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Penilaian kepuasan pelanggan mempunyai tiga bentuk yang berbeda, yaitu:

- *Positive disconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan
- *Simple confirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan
- *Negative disconfirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan. Namun kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya, oleh karena itu perlu diketahui tahapan-tahapan yang membentuk kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Menemukan kebutuhan pokok, yang merupakan *“the basic needs of costumers”*
- 2) Mencari tahu apa yang sebenarnya menjadi harapan pelanggan, sehingga mereka bersedia datang kembali untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan.
- 3) Harus selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan melakukan hal-hal yang melebihi harapan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (1999) ada 2 model kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual.

Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu :

- a. Mengubah penawaran perusahaan agar sesuai dengan yang ideal.
- b. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

2) Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behavior*), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (*mood*) dan lain-lain.

2.2.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

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

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, Kotler dan Tjiptono (1997) mengemukakan ada 4 metode yang dapat dijadikan acuan mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggan-nya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-nya langsung.

2) *Ghost Shopping*

Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate* maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

2.2.3 Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

1) Wujud fisik (*Tangible*)

Berwujud diartikan sebagai tampilan fisik. Dimensi ini biasanya digunakan perusahaan untuk menaikkan image di mata konsumen yang dapat digambarkan dengan kebersihan

ruangan, kerapihan berpakaian, dan penataan tempat. Dalam suatu perusahaan jasa, khususnya pada bank, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana bank tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perbankan. Pada umumnya seseorang akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.

Hubungan wujud fisik (*tangible*) dengan kepuasan nasabah adalah: wujud fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik (*tangible*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap wujud fisik (*tangible*) buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah..

H1 : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik (*tangible*), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

2) Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani nasabah, dan sistem pencatatan yang akurat.

Hubungan kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan nasabah adalah: kehandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan (*reliability*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kehandalan (*reliability*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah. **H2** : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan (*reliability*), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Bank merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan perbankan harus mampu menanggapi setiap keluhan nasabah. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong.

Hubungan daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan nasabah adalah: daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan nasabah akan semakin rendah. **H3** : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap (*responsiveness*), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

4) Jaminan (*Assurance*)

Assurance mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan.

Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap bank akan bertambah.

Hubungan jaminan (*assurance*) dengan kepuasan nasabah adalah: jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (*assurance*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap jaminan (*assurance*) buruk maka kepuasan nasabah akan semakin rendah. **H4** : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (*assurance*), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

5) Kepedulian (*Emphaty*)

Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap nasabah dimana pada umumnya nasabah ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola bank. Hal ini akan menambah kepercayaan mereka terhadap bank.

Hubungan kepedulian (*empathy*) dengan kepuasan nasabah adalah: kepedulian (*empathy*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian (*empathy*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kepedulian (*empathy*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah. **H5** : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap kepedulian (*empathy*), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

2.3 Hubungan Antara Kualitas dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999), diperoleh rumusan sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan = f (*expectations, perceived performance*).

Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat dari pada *expectations* didalam penentuan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Cronin dan Taylor (1965) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan juga dilakukan oleh Bagus Tri Leksono (2009), yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang Utama Semarang*”, penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu: sikap pelanggan, tanggapan penyedia jasa dalam menanggapi keluhan pelanggan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan, dan ketepatan waktu pelayanan. Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa sikap pelanggan dan tanggapan penyedia jasa dalam menghadapi keluhan pelanggan mampu memuaskan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketetapan waktu.

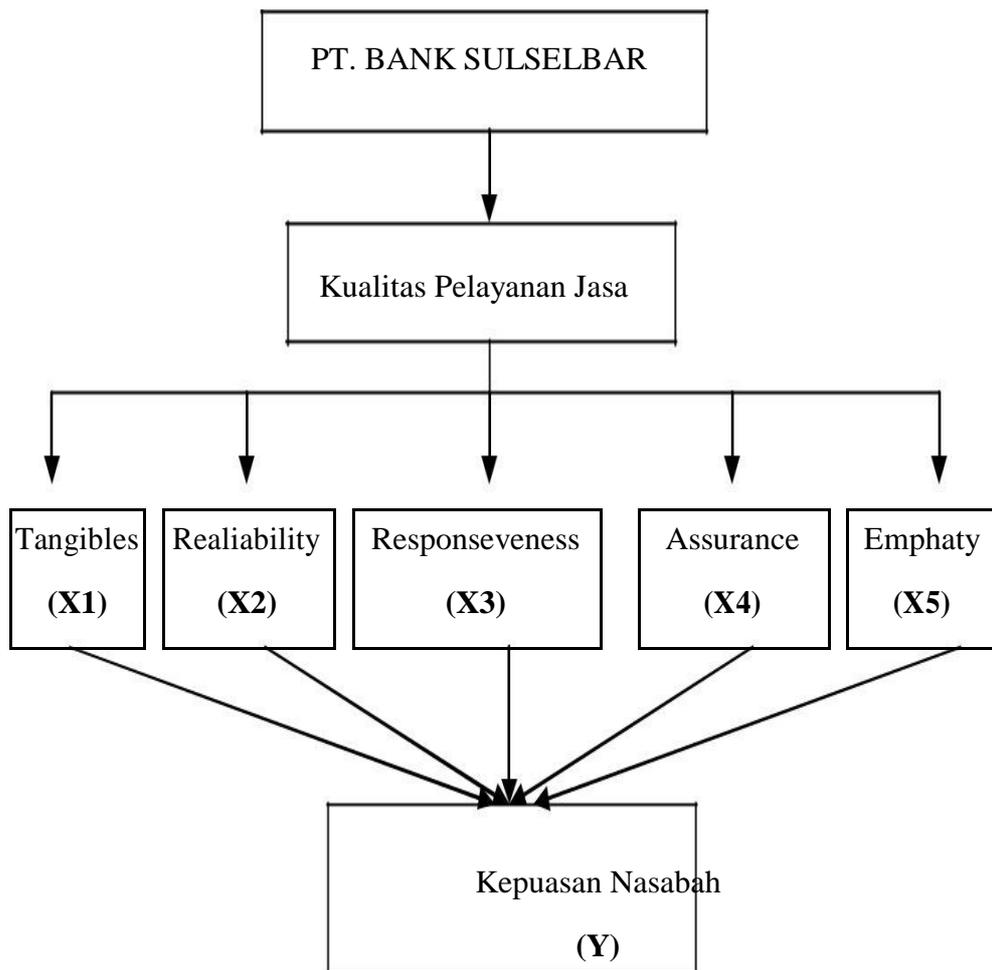
Penelitian lain tentang kepuasan juga dilakukan oleh Martianawati (2009), yang berjudul *“Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas SPBU “Pasti Pas” Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor”*. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah 100 orang, dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, ketiga variabel berpengaruh secara signifikan. Pengujian secara simultan, ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung (2004) dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar”* menggunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et. Al, (1998) yang menyatakan variabel bebas *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible* secara individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan membuktikan bahwa variabel *responsiveness* merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya.

2.5 Kerangka Fikir

Perusahaan dalam hal ini adalah bank harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah, agar nasabah dapat merasa puas. Untuk itulah, perusahaan perlu menilai apa saja yang mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabahnya. Kualitas pelayanan terdiri dari beberapa dimensi yaitu *tangible* (berwujud) *reliability* (Kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi itulah yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Berdasarkan hal tersebut, kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Penulis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, dimana data menurut Sugiyono (2007:14) merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Pendekatan Kuantitatif yaitu pencairan data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan.

Dalam metode ini peneliti bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam rangka pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini peneliti memilih daerah penelitian Bank dilakukan pada Bank SulSelBar Kabupaten Bantaeng yang bertempat di Lamalaka Kecamatan Bantaeng Kabupaten Bantaeng. Waktu penelitian yang dibutuhkan dalam memperoleh data sekitar 2 (dua) bulan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2006).

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah dari PT. Bank SulSelBar Kabupaten Bantaeng yang masih aktif dalam melakukan transaksi.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Method* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (DR. Kartini Kartono, 1990). Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah nasabah dari PT. Bank BankSulselBar Bantaeng yang kebetulan ditemui pada saat melakukan transaksi pada Bank SulSelBar Bantaeng. Sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein Umar (2005:108) adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai Kritis (Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel, biasanya 10%)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah PT. Bank Sulselbar cabang Bantaeng sebanyak 4923 nasabah, maka :

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

$$n = \frac{4923}{1 + 4923(0.10)^2}$$

$$n = \frac{4923}{49,23}$$

$$n = 98,005$$

Jadi besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98,005 sampel atau dibulatkan menjadi 100 sampel. Dengan nilai eror maksimal 10%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *Insidental sampling*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2007:67). Dalam hal ini nasabah PT. Bank Sulesebar cabang Bantaeng.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yakni:

1. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, diperoleh dari perhitungan kuesioner yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Data kualitatif, yaitu data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung melainkan dalam bentuk kata-kata. Data yang digunakan berasal dari buku, artikel jurnal, dan halaman web, serta berasal dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan dalam perusahaan. Kemudian ditambah informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta dari beberapa referensi yang dapat mendukung terselesaikannya tulisan ini.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan terdiri dari atas dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap hal yang dianggap berhubungan dengan objek yang dimaksudkan yakni nasabah PT. Bank Sulselbar cabang Bantaeng, atau hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner disertai wawancara kepada para responden, yaitu nasabah PT. Bank Sulselbar cabang Bantaeng.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder meliputi peninggalan tertulis seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku, artikel, teori, halaman web, jurnal, makalah, sumber lain yang berkaitan dengan masalah penelitian menyangkut perbankan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pelaksanaan pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan metode :

1. Kuesioner (angket)

Teknik pengumpulan data yang berisi rangkaian pertanyaan tertulis mengenai pokok permasalahan yang diteliti dengan mengacu pada variabel-variabel penelitian untuk mendapatkan informasi dari para responden. Teknik ini digunakan untuk mengambil data primer.

2. *Observasi* (pengamatan)

Yaitu pengamatan secara langsung yang dilakukan penulis terhadap objek penelitian guna memperoleh bahan dan data yang diperlukan.

3. *Interview* (wawancara)

Yaitu dengan mengadakan wawancara dengan beberapa responden yang berkaitan dengan penelitian.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis yang telah disajikan sebelumnya, maka penulis membedakan objek penelitian ke dalam dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas / *Independent* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel lain (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

2. Variabel Terikat / *Dependent* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel lain (*independent*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

3.7 Instrumen Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.7.1 Skala Likert

Sebelum mengetahui teknik analisis pada penelitian ini kita juga harus mengetahui terlebih dahulu cara pengukuran jawaban dari responden. Untuk pengukuran jawaban responden, penulis akan menggunakan skala *likert*. Cara pengukurannya adalah menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuisioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori:

- a. Sangat Sesuai bobot 5
- b. Sesuai dengan bobot 4
- c. Netral dengan bobot 3
- d. Tidak Sesuai dengan bobot 2
- e. Sangat Tidak Sesuai dengan bobot 1.

3.7.2 Uji Validitas

Uji ini menunjukkan seberapa jauh instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono:2007). Dengan perkataan instrumen tersebut mengukur sesuai apa yang diharapkan. Oleh karena itu perlu dilakukan uji validitas atas setiap item-item pertanyaan tersebut benar-benar telah mengungkapkan dengan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Pengujian validitas ini diperoleh dari mengkorelasikan skor item dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor item. Item yang memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi.

3.7.3 Uji Reabilitas

Suatu data penelitian selain valid juga harus reliabel karena akurat dan konsisten (Sugiono:2004), Pengujian reabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat dilakukan. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrument tersebut bila digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif dan konsisten.

3.8 Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini digunakan metode analisis, yaitu:

3.8.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Analisis regresi, untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Untuk melihat hubungan antara variabel yang dipergunakan rumus regresi berganda (Umar Husein 2005).

Untuk melihat hubungan antara variabel yang dipergunakan rumus regresi berganda (Umar Husein : 2005) :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan Konsumen)

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi untuk setiap faktor kualitas produk

x_1	= Tangible
x_2	= Reliability
x_3	= Responsiveness
x_4	= Assurance
x_5	= Emphathy
E	= Standar error

3.8.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variable independen (x) terhadap variable dependen(y).

Pada model linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol), maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.

3.8.2 Uji F (Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variable terikatnya secara serentak.

Sebaliknya, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

3.8.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dengan ketentuan : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak signifikan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Didirikan dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan Tenggara, berkedudukan di Makassar, berdasarkan Akte Notaris Raden Kardiman di Jakarta Nomor 95 tanggal 23 Januari 1961, PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan Tenggara yang diubah setatusnya menjadi Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan.

Berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) Tingkat 1 Sulawesi Selatan Tenggara Nomor 2 Tahun 1964 tanggal 12 Februari 1964, namanya diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Tingkat 1 Sulawesi selatan Tenggara berdasarkan status bank milik pemerintah daerah PERDA Nomor 2 Tahun 1964 untuk pertama kalinya diadakan perubahan dengan PERDA Nomor 2 Tahun 1976 yang mengubah nama Bank Pembangunan Daerah Tingkat Sulawesi Selatan Tenggara menjadi Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan.

Hal ini disebabkan pemisahan Propinsi daerah Tingkat 1 Sulawesi Selatan dengan Propinsi daerah Tingkat 1 Sulawesi Tenggara. PERDA Nomor 11 Tahun 1984 mengenai modal dasar. Berdasarkan PERDA Nomor 1 Tahun 1993 diadakan perubahan modal dasar menjadi Rp 25,000,000,000, kemudian diadakan perubahan modal dasar menjadi PERDA Nomor 8 Tahun 1999.

Selanjutnya dalam rangka perubahan status dari perusahaan daerah menjadi perseroan terbatas lahirlah PERDA Nomor 13 Tahun 2003 tanggal 20 Agustus tentang perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dari Perusahaan Daerah

menjadi Perusahaan Terbatas. Bank 39 Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dengan modal dasar Rp.650,000,000,000.

Akta pendirian perseroan Terbatas berdasarkan Akta Notaris Menstarianai Habie,SH Nomor 19 tanggal 27 Mei tahun 2004 dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan telah memperoleh pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 13 tertanggal 15 Februari 2005, tambahan Nomor 1655/2005.

Pada tahun 2011 ini pula PT Bank Sulsel resmi mengganti nama perseroan menjadi PT. Bank SulSelBar seiring dengan rencana masuknya Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat dalam jajaran pemegang saham terbesar di bank pembangunan daerah tersebut.

Dalam pengumuman yang disampaikan di media cetak, direksi perseroan mengatakan perubahan nama dan logo mulai berlaku 26 Mei 2011. Sehubungan dengan hal itu, setiap perjanjian atau kontrak baik dengan nasabah maupun mitra usaha tetap berlaku dan dipergunakan sampai dengan batas waktu yang disepakati. Cek dan bilyet simpanan berupa giro dan deposito atas nama Bank SulSelBar dan Bank Sulsel Unit Usaha Syariah juga dinyatakan masih berlaku untuk jangka waktu tiga tahun semenjak dikeluarkannya pengumuman tersebut. “Perubahan penggunaan izin usaha menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat disingkat PT Bank SulSelBar telah memperoleh persetujuan Bank Indonesia melalui Keputusan Gubernur BI Nomor 13/32/KEP.GBI/2011 tanggal 10 Mei 2011,” demikian kutipan dari pengumuman itu.

Perseroan juga telah menerima lampu hijau untuk aksi ini dari pihak berwenang lainnya, yaitu Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Dirjen Hak Kekayaan Intelektual, serta para pemegang saham.

Pada Maret 2011, pemegang saham Bank SulSelBar berturut-turut adalah Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan sebesar 43,80%, pemerintah kabupaten/kota se-Sulsel 51,77%, dan

pemerintah kabupaten/kota se-Sulawesi Barat 4,43%. Adapun Pemprov Sulawesi Barat berencana menyuntikkan modal dalam jumlah signifikan ke bank tersebut dalam waktu dekat.

Modal disetor perseroan pada periode tersebut tercatat sebesar Rp.468,06 miliar. Dalam beberapa kesempatan, sejumlah pejabat Pemprov Sulbar menyatakan pemprov berencana menyetorkan modal baru minimal Rp.30 miliar.

Bagi Bank SulSelBar, masuknya Pemprov Sulbar sebagai pemegang saham memiliki nilai strategis, terutama dari sisi penghimpunan dana pihak ketiga dan pengembangan aset. Jika Pemprov Sulbar menjadi pemegang saham, Bank SulSelBar dapat berharap pemerintah tersebut selalu menaruh anggaran tahun berjalan di bank ini.

Saat ini, Bank SulSelBar mempunyai tiga kantor cabang utama, 34 kantor cabang, tiga kacab pembantu, tiga kacab syariah, 34 kantor unit, dan enam unit kas keliling. Jumlah ATM 43 unit. Dua kantor cabang utama perseroan berada di wilayah Sulsel, yakni Makassar dan Bone, sedangkan satu lagi di Mamuju, ibu kota Sulbar. Di luar Sulsel dan Sulbar, perseroan baru memiliki satu kantor cabang, yaitu di Jakarta.

Dan sejak itulah di mulai lembaran baru perjalanan Bank SulSelBar yang menampilkan wajah baru beserta logo baru berupa imajinatif layar terkembang yang syarat makna dan dinamis dalam mengiring setiap langkah Bank SulSelBar untuk senantiasa menjadi bank kebanggaan seluruh masyarakat Indonesia maupun masyarakat Sulawesi Selatan dan Sulawesi barat.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Bank SulSelBar dalam gerakan aktivitasnya berupaya untuk mencapai dan merealisasikan visi dan misinya yaitu sebagai berikut:

1. Rumusan Visi Bank SulSelBar

- a. Menjadi perusahaan jasa perbankan yang memiliki kinerja terbaik di propinsi Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat maupun di Indonesia.
- b. Memiliki manajemen dan sumberdaya yang professional
- c. Memiliki nilai tambah bagi daerah (PEMDA) dan nasabah.

2. Rumusan Misi Bank SulSelBar

- a. Mendorong pertumbuhan ekonomi daerah Propinsi Sulawesi Selatan.
- b. Pengelola dana pemeritahan daerah
- c. Mendorong pengembangan usaha kecil dan menengah khususnya di Sulawesi selatan.

4.1.3 Strategi dan Kebijakan Manajemen

Berdasarkan visi dan misinya maka strategi dan kebijakan pengembangan usaha yang diterapkan oleh manajemen :

1. Bidang Operasional

- a. Memberikan kredit kepada pengusaha kecil dan menengah secara selektif dengan tetap mengacu pada prinsip prudential banking.
- b. Meningkatkan dana masyarakat seoptimal mungkin dan meningkatkan proporsi dana masyarakat dalam portofolio dana melalui upaya pemasaran yang lebih aktif, pembinaan hubungan baik dengan nasabah, kegiatan promosi yang efektif, peningkatan mutu layanan serta diversifikasi produk jasa bank.
- c. Meningkatkan kinerja keuangan dengan mempertahankan rasio-rasio keuangan yang sehat.
- d. Mengupayakan tingkat perolehan laba yang wajar dan berkesinambungan.

2. Bidang Manajemen dan Organisasi

- a. Menerapkan Good Corporate Governance dan kebijakan pengendalian risiko dalam pengolahan usaha.
- b. Melakukan penyempurnaan struktur organisasi berdasarkan kebutuhan bank dan prinsip efektifitas.
- c. Menyempurnakan sistem dan prosedur guna meningkatkan internal kontrol.
- d. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan yang intensif baik pelatihan secara teknis perbankan maupun manajerial.

3. Bidang Penunjang

- a. Mengembangkan teknologi sistem informasi yang mengarah pada terintegrasinya sistem administrasi keuangan di seluruh jaringan kantor dan melakukan review.
- b. Mengembangkan jaringan kantor dan ATM untuk lebih mendekatkan layanan perbankan kepada masyarakat.

4. Kebijakan Manajemen

- a. Menyalurkan dana dalam bentuk kredit maupun penempatan dengan memerhatikan prinsip kehati-hatian.
- b. Mengupayakan pertumbuhan yang wajar dan berkesinambungan dengan cara melakukan penghematan biaya, pengembangan jaringan kantor serta penerapan kepatuhan terhadap prinsip kehati-hatian.
- c. Meningkatkan pelaksanaan melekat di seluruh unit kerja.
- d. Mendukung program pemerintah Daerah dalam program pemberdayaan ekonomi rakyat dengan mengarahkan kredit kepada sektor usaha

kecil/menengah, baik yang bergerak pada bidang pertanian, perdagangan dan jasa-jasa.

- e. Memperluas pangsa pasar khususnya perbankan Sulawesi Selatan secara bertahap dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

5. Target Pasar

a. Penyaluran Dana

Sebagaimana tahun lalu, target pasar perkreditan PT. Bank SulSel cenderung mengarah kepada pengusaha menengah ke bawah (pasar ritel) dan berpegang pada prinsip kehati-hatian. Dalam rangka mendukung program Pemerintah Daerah Sulawesi Selatan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi rakyat, maka penyaluran kredit diarahkan kepada pengembangan sektor usaha kecil/menengah, baik yang bergerak dan tidak bergerak, utamanya yang padat karya. Sedangkan untuk dana-dana yang belum disalurkan dalam bentuk kredit maka akan diarahkan dalam bentuk penempatan antar bank untuk mengoptimalkan pendapatan dengan memerhatikan faktor likuiditas, rentabilitas dan risiko.

b. Penghimpun Dana

Dalam upaya penghimpunan dana, PT. Bank SulSel senantiasa meningkatkan kerjasama dengan pihak-pihak lain baik mitra usaha di dalam lingkungan Pemda SulSel maupun masyarakat lainnya.

Diharapkan dengan adanya kerjasama yang dijalin antara Bank dengan pihak-pihak tersebut dapat lebih menggali potensi sumber dana dan target pertumbuhan dana bank dapat tercapai. Mobilitas dana juga dilakukan melakukan diversifikasi produk dan peningkatan kualitas pelayanan.

6. Produk dan Jasa Bank

Dalam menjalankan visi dan misinya, PT. Bank SulSel melakukan aktivitas penghimpunan dan penggunaan dana sebagai berikut :

- a. Penghimpunan dana yang berasal dari simpanan masyarakat dan Pemda berupa:
 - 1) Giro
 - 2) Deposito
 - 3) Tabungan
 - a) Simpeda (Simpanan Pembangunan Daerah)
 - b) Tapemda (Tabungan Pembangunan Daerah)
 - c) Tabungan Haji PT. Bank SulSel
- b. Penggunaan dana disalurkan dalam bentuk kredit kepada masyarakat dengan berbagai jenis dan sektor ekonomi yang terdiri dari :
 - 1) Kredit Umum
 - a) KIB (Kredit Investasi Biasa)
 - b) KMK (Kredit Modal Kerja)
 - c) KUM (Kredit Usaha Mandiri)
 - d) KUL (Kredit Umum Lainnya)
 - 2) Kredit Program
 - i. KKPA (Kredit Kepada Koperasi Primer untuk Anggaran)
 - ii. KUK – DAS (Kredit untuk Konservasi Daerah Aliran Sungai)
 - iii. KPRS/KPRSS (Kredit Pemilikan Rumah Sederhana/Rumah Sangat Sederhana)
 - iv. KPKM (Kredit Pengusaha Kecil dan Mikro)

- v. Kkop (Kredit Kepada Koperasi)
 - vi. Kredit Pundi
 - vii. Kredit Dana Bergulir
- c. Jasa-jasa bank disamping aktivitas penghimpun dan penggunaan dana. PT.

Bank SulSel juga memberikan jasa-jasa perbankan lainnya antara lain:

- 1) Kiriman uang
- 2) Inkasso
- 3) Jaminan Bank (garansi bank)
- 4) Penerimaan pembayaran rekening telepon, PAM, listrik, pajak, dll.
- 5) Bank Penerimaan setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS-BPH)
- 6) Money Changer

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap nasabah.

Deskripsi kerakteristik responden adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Sebab dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, akan dapat diketahui identitas responden secara terperinci. Oleh karena itulah dalam deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu jenis kelamin, jangka waktu menjadi nasabah bank sulselbar, penggunaan jasa perbankan lain, masalah yang pernah dikeluhkan, dan jumlah yang ditabung dalam waktu 1 bulan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 100 orang responden, dimana dari 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan

semuanya dapat diolah lebih lanjut. Oleh karena itu akan disajikan deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Gambaran umum PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	54	54%
2	Perempuan	46	46%
	TOTAL	100	100%

Sumber data 2018

Dilihat dari jenis kelamin responden diatas, dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 54 responden atau 54,0% dan sisanya adalah wanita dengan jumlah 46 responden atau 46,0%.

2. Jangka waktu menjadi nasabah PT. Bank Sulselbar Cab. Bantaeng

Jangka waktu menjadi nasabah PT. Bank Sulselbar Cab.Bantaeng juga mencerminkan kondisi nasabah tentang pengetahuan pelayanan bank. Dilihat dari faktor jangka waktu menjadi nasabah, responden dikelompokkan ke dalam 3 kategori yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah

No	Jangka Waktu Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
1	< 6 Bulan	8	8 %
2	6 bulan- 1 tahun	42	42 %
3	>1 tahun	50	50 %
	TOTAL	100	100%

Sumber data 2018

Berdasarkan tabel di atas, yaitu persentase responden menurut jangka waktu menjadi nasabah, yang menunjukkan bahwa tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi nasabah yang sudah lebih dari 1 tahun menjadi nasabah bank sulselbar dengan persentase sebesar 50,0%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng adalah lebih banyak didominasi oleh yang sudah lebih dari 1 tahun menjadi nasabah bank sulselbar, sedangkan pada kelompok nasabah dengan jangka waktu 6 bulan – 1 tahun persentasenya sebesar 42,0%, dan di bawah 6 bulan persentasenya 8,0%.

3. Nasabah yang menggunakan jasa perbankan lain

Nasabah yang menggunakan jasa perbankan lain mencerminkan tingkat loyalitas dari seseorang. Gambaran umum mengenai pengguna jasa PT. Bank Sulselbar Cab. Bantaeng berdasarkan kelompok pendidikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Perbankan Lain

No	Nasabah yang Menggunakan Jasa Perbankan Lain	Frekuensi	Persentase
1	Ya	67	67%
2	Tidak	33	33%
	TOTAL	100	100%

Sumber data 2018

Berdasarkan tabel di atas, yaitu persentase responden berdasarkan penggunaan jasa perbankan lain, yang menunjukkan bahwa tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi nasabah yang menggunakan jasa perbankan lain sebanyak 67,0%, sedangkan nasabah yang tidak menggunakan jasa perbankan lain sebesar 33,0%.

4. Masalah yang pernah dikeluhkan

Masalah yang pernah dikeluhkan seringkali mencerminkan kualitas pelayanan. Gambaran umum mengenai nasabah di PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng berdasarkan masalah yang pernah dikeluhkan dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Masalah yang Pernah Dikeluhkan

No	Masalah yang pernah dikeluhkan	Frekuensi	Persentase
1	Slip Resi yang jarang keluar dari ATM	14	14%
2	Antrian yang lama	39	39%
3	Pin Terblokir	21	21%

4	Lain-lain	26	26%
	Total	100	100%

Sumber Data 2018

Berdasarkan tabel di atas, yaitu persentase responden menurut masalah yang pernah dikeluhkan menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng mengeluhkan antrian yang lama yaitu sebesar 39,0%, slip resi yang jarang keluar sebesar 14,0%, pin terblokir 6,0% dan lain-lain 26,0%

5. Jumlah uang yang ditabung dalam sebulan

Jumlah uang yang ditabung dalam sebulan mencerminkan kemampuan dan kemauan seseorang dalam menyimpan uang. Gambaran umum mengenai nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng berdasarkan pendapatan/bulan dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang yang ditabung dalam Sebulan

NO	Jumlah Uang yang ditabung dalam sebulan	Frekuensi	Persentase
1	<Rp. 150.000	22	22%
2	200.000 – 300.000	48	48%
3	>350.000	30	30%
	Total	100	100%

Sumber data 2018

Berdasarkan tabel di atas, yaitu persentase responden menurut Jumlah uang yang ditabung dalam sebulan menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank Sulselbar Cabang

Bantaeng yang menabung uang antara 200.000 – 300.000/bulan sebesar 48,0%, kemudian menabung > 350.000/bulan sebesar 30,0%, dan < 150.000/bulan sebesar 22%.

. 4.3 Penentuan Range

Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka:

Range = Skor tertinggi – Skor terendah

Skor tertinggi : $100 \times 5 = 500$

Skor terendah : $100 \times 1 = 100$

Sehingga *range* untuk penelitian ini adalah sebesar: $(500 - 100) / 5 = 80$

Range Skor:

100 – 180 = Sangat rendah

181 – 260 = Rendah

261 – 340 = Cukup

341 – 420 = Tinggi

421 – 500 = Sangat Tinggi

4.4 Analisis Deskripsi

Untuk menunjang kepuasan nasabah, maka upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng adalah peningkatan kualitas layanan. Untuk menunjang kepuasan nasabah, salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap bank adalah penerapan dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah khususnya di PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng. Adapun kualitas layanan meliputi : *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan

Assurance dimana dalam peningkatan kualitas layanan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng. Adapun dimensi kualitas layanan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dan keunggulan sarana/prasarana fisik yang digunakan dalam memberikan layanan kepada nasabah. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai bukti fisik dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangible*)

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Penampilan karyawan rapih dan professional	42	42%	33	33%	20	20%	5	5%	-		412
2	Fasilitas ac dan ruang tunggu yang nyaman	33	33%	52	52%	13	13%	2	2%	-		416
3	Jumlah counter yang disediakan sesuai dengan jumlah nasabah	26	26%	43	43%	22	22%	7	7%	2	2%	384
4	Peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern	35	35%	42	42%	17	17%	6	6%	-		406
5	Ruang ATM bersih dan Nyaman	31	31%	41	41%	15	15%	11	11%	2	2%	388
6	Sarana komunikasi yang mudah dihubungi	27	27%	53	53%	15	15%	4	4%	1	1%	401
7	Peletakan slip transaksi dan brosur mudah dijangkau dan tertata rapi	41	41%	43	43%	12	12%	3	3%	1	1%	421
Jumlah											2828	
Rata-rata											404	

Sumber data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel bukti fisik berada pada *range* keempat (berpengaruh tinggi), yang artinya bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng.

2. (*Reliability*) Keandalan

Keandalan berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai keandalan (*reliability*) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keandalan (*Reliability*)

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	19	19%	57	57%	23	23%	1	1%	-	-	394
2	Prosedur penerimaan nasabah yang cepat dan tepat sesuai antrian	42	42%	39	39%	17	17%	2	2%	-	-	421
3	Kemudahan penarikan dana oleh nasabah melalui teller	43	43%	54	54%	3	3%	-	-	-	-	440
4	Kondisi mesin ATM berjalan dengan baik dalam pengoperasiannya	22	22%	40	40%	34	34%	4	4%	-	-	380
5	Transaksi Muda dan tidak berbelit-belit	37	37%	48	48%	15	15%	-	-	-	-	422
6	Pelayanan yang anda butuhkan dapat disediakan dengan cepat dan akurat	49	49%	39	39%	7	7%	5	5%	-	-	432

7	Layanan ATM,telebanking,sms, banking atau internet bankingsudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah	24	24%	42	42%	30	30%	4	4%	-	-	386
Jumlah												2875
Rata-rata												410,7

Sumber Data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kehandalan berada pada *range* keempat (berpengaruh tinggi), yang artinya bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya Tanggap meliputi kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai daya tanggap (*responsiveness*) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*)

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Cepat dan tanggap dalam menangani keluhan dan tanggapan dari nasabah	26	26%	44	44%	20	20%	10	10%	-	-	386
2	Karyawan membantu nasabah dalam penyampaian/mencari informasi	21	21%	55	55%	23	23%	1	1%	-	-	396

3	Waktu tunggu Pelayanan yang cepat	33	33%	41	41%	21	21%	5	5%	-	-	402
4	Karyawan tidak menunjukkan kesan sibuk dalam menyambut nasabah	6	6%	54	54%	27	27%	13	13%	-	-	353
5	Satpam selalu bersedia membantu nasabah	23	23%	56	56%	16	16%	5	5%	-	-	397
6	Setiap penyelesaian keluhan dilayani dengan sabar dan memuaskan	20	20%	45	45%	30	30%	5	5%	-	-	380
7	Anda memperoleh pelayanan 24 jam ketika terdapat masalah dalam pengoperasian mesin ATM	22	22%	34	34%	28	28%	15	15%	1	1%	361
Jumlah											2675	
Rata-rata											382,1	

Sumber data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel daya tanggap berada pada *range* keempat (berpengaruh tinggi), yang artinya bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng.

4. Assurance (Jaminan)

Jaminan meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai jaminan (assurance) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

1	Karyawan mampu menanamkan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi	32	32%	43	43%	19	19%	5	5%	1	1%	400
2	Karyawan memiliki pengetahuan dan kecakapan yang cukup dalam memasukkan data Nasabah	36	36%	38	38%	14	14%	12	12%	-	-	398
3	Keterampilan teller dalam menghitung dana yang masuk atau keluar	34	34%	41	41%	16	16%	8	8%	1	1%	399
4	Pelayanan yang sopan dan ramah	32	32%	49	49%	11	11%	8	8%	-	-	405
5	Kesiapan kelengkapan dan keakuratan informasi	30	30%	45	45%	14	14%	10	10%	1	1%	393
6	Anda selalu memperoleh bukti print laporan dan tercetak dengan baik	28	28%	46	46%	19	19%	7	7%	-	-	395
7	Karyawan memberi janji waktu penyelesaian masalah dan menepatinya	16	16%	56	56%	19	19%	9	9%	-	-	379
Jumlah											2769	
Rata-rata											395,6	

Sumber data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel jaminan berada pada *range* keempat (berpengaruh tinggi), yang artinya bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng.

5. Emphaty (Kepedulian)

Kepedulian berkaitan dengan cara perusahaan memberikan perhatian secara tulus dan bersifat individual kepada nasabah. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kepedulian (Emphaty) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Emphaty (Kepedulian)

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan Nasabah	28	28%	60	60%	10	10%	1	1%	1	1%	413
2	Karyawan bersikap ramah, sopan dan sabar terhadap nasabah dalam melayani transaksi	49	49%	42	42%	7	7%	-	-	2	2%	436
3	Pelayanan Tanpa membedakan status	55	55%	32	32%	11	11%	2	2%	-	1%	440
4	Karyawan menyambut nasabah dengan memberi senyum dan salam serta mempersilahkan duduk pada saat nasabah datang	46	46%	41	41%	11	11%	2	2%	-	-	431
5	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah	40	40%	51	51%	7	7%	2	2%	-	-	429
6	Karyawan meminta maaf atas setiap komplain dan ketidaknyamanan yang diajukan oleh nasabah	43	43%	45	45%	12	12%	-	-	-	-	431

7	Karyawan telah memahami dengan baik kebutuhan Nasabah	41	41%	51	51%	6	6%	1	1%	1	1%	430
8	pemberian solusi atas suatu permasalahan secara terinci sehingga nasabah paham	41	41%	51	51%	6	6%	2	2%	-	-	431
Jumlah											3441	
Rata-rata											430,1	

Sumber data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kepedulian berada pada *range* kelima (berpengaruh sangat tinggi), yang artinya bahwa variabel kepedulian memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng.

6. Kepuasan

Kepuasan meliputi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan setiap kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kepuasan dapat dilihat pada tabel berikut in

Tabel 4.11

Deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan

NO	PERNYATAAN	PERSENTASE TANGGAPAN RESPONDEN										SKOR
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Anda merasa puas dengan siste yang dijalankan Bank SulSelBar	24	24%	64	64%	12	12%	-	-	-	-	412
2	Tidak ada keluhan atau Komplain terhadap pelayanan bank Sulselbar	38	38%	61	61%	1	1%	-	-	-	-	437

3	Nasabah memberikan pujian setelah melakukan transaksi di Bank SulSelBar	16	16%	66	66%	15	15%	3	3%	3%	-	395
4	Melakukan Transaksi di Bank SulSelBar merupakan sebuah pengalaman yang bagus	23	23%	61	61%	16	16%	-	-	-	-	407
5	Anda Merekomendasikan kepada keluarga,teman atau rekan kerja anda untuk menjadi Nasabah di Bank Sulsebar	21	21%	49	49%	30	30%	-	-	-	-	391
Jumlah											2042	
Rata-rata											408,4	

Sumber data diolah 2018

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan berada pada *range* keempat (berpengaruh tinggi), yang artinya bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulsebar Cabang Bantaeng.

4.5 Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

4.5.1 Uji Validitas

Validitas memiliki makna jika bergerak dari 0,00 sampai 1,00 dan batas minimum koefisien korelasi sudah dianggap memuaskan jika $r = 0,30$. Uji validitas butir angket variabel bebas dan variabel terikat menggunakan bantuan program *SPSS 20.0 for windows*. Penyebaran kuisisioner khusus dalam uji validitas dan reliabilitas diberikan kepada 100 orang diluar responden penelitian. Dari 100 pertanyaan yang diperoleh, semua pernyataan

dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian, seperti pada tabel 4.12 di bawah :

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Indikator/Item	Corrected item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Wujud Fisik (X1)	x11	,686	0,30	Valid
	x12	,549	0,30	Valid
	x13	,697	0,30	Valid
	x14	,710	0,30	Valid
	x15	,753	0,30	Valid
	x16	,480	0,30	Valid
	x17	,567	0,30	Valid
Kehandalan (X2)	x21	,552	0,30	Valid
	x22	,621	0,30	Valid
	x23	,583	0,30	Valid
	x24	,597	0,30	Valid
	x25	,497	0,30	Valid
	x26	,688	0,30	Valid
	x27	,404	0,30	Valid
Daya Tanggap (X3)	x31	,684	0,30	Valid
	x32	,482	0,30	Valid
	x33	,548	0,30	Valid
	x34	,483	0,30	Valid
	x35	,587	0,30	Valid
	x36	,567	0,30	Valid
	x37	,707	0,30	Valid
Jaminan (X4)	x41	,538	0,30	Valid
	x42	,601	0,30	Valid
	x43	,547	0,30	Valid
	x44	,532	0,30	Valid
	x45	,597	0,30	Valid
	x46	,502	0,30	Valid
	x47	,438	0,30	Valid
Kepedulian (x5)	x51	,508	0,30	Valid
	x52	,457	0,30	Valid
	x53	,481	0,30	Valid
	x54	,345	0,30	Valid

	x55	,374	0,30	Valid
	x56	,415	0,30	Valid
	x57	,451	0,30	Valid
	x58	,480	0,30	Valid
Kepuasan (Y)	y1	,523	0,30	Valid
	y2	,302	0,30	Valid
	y3	,567	0,30	Valid
	y4	,606	0,30	Valid
	y5	,554	0,30	Valid

4.5.2 Uji Reliabilitas

Prosedur pengujian reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien reliabilitas *alpha*. Data untuk menghitung koefisien reliabilitas *alpha* diperoleh melalui penyajian satu bentuk skala yang dikenakan hanya sekaligus pada sekelompok responden (*single-trial administration*). Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *alpha* dari *Cronbach*. Teknik koefisien *alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur dihitung dengan bantuan program *SPSS 20.0 for windows*. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan seperti nampak pada tabel 4.13 di bawah dari semua pertanyaan dalam kuisisioner diperoleh semua pertanyaan reliabel dengan standar *Cronbach Alpha* yang digunakan adalah 0,60.

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Wujud Fisik (X1)	,922	Realibel
Kehandalan (X2)	,861	Realibel
Daya Tanggap (X3)	,885	Realibel
Jaminan (X4)	,936	Realibel
Kepedulian (X5)	,931	Realibel
Kepuasan (Y)	,737	Realibel

Sumber data diolah 2018

4.6 Metode Analisis Data

4.6.1 Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variable terikat (Y) maupun Variabel bebas (X1,X2,X3,X4,X5) yang diolah dengan menggunakan bantuan program *SPSS version 20.0 for windows*, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Analisa Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,101	1,431		4,962	,000
Tangible	,096	,042	,224	2,254	,027
Relibility	,109	,055	,194	1,993	,049
Responseveness	,094	,047	,198	2,009	,047
Assurance	,069	,033	,172	2,082	,040
Emphathy	,090	,036	,196	2,470	,015

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 7,101 + 0,096X1 + 0,109X2 + 0,094X3 + 0,069X4 + 0,090X5 + 1,431$$

Dimana :

7,101 : Variabel independen yaitu kepuasan nasabah yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan nasabah. Nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 7,101 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya layanan jasa yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang dirasakan oleh nasabah.

0,096X1 : Besarnya koefisien variabel *tangible* sebesar 0,096 yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* maka secara positif akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya konstan.

0,109X2 : Besarnya koefisien variabel *emphaty* sebesar 0,109 yang berarti setiap peningkatan variabel *emphaty* maka secara positif akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya konstan.

0,094X3 : Besarnya koefisien variabel *responsivennes* sebesar 0,094 yang berarti setiap peningkatan variabel *responsivennes* maka secara positif akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya konstan.

0,069X4 : Besarnya koefisien variabel *reability* sebesar 0,069 yang berarti setiap peningkatan variabel *reability* maka secara positif akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya konstan.

0,090X5 : Besarnya koefisien variabel *assurance* sebesar 0,090 yang berarti setiap peningkatan variabel *assurance* maka secara positif mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah.

4.6.2 Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada R square dan dinyatakan dalam persentase. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.494	1,54353

Sumber: Data diolah 2018

Nilai r square sebesar 0,520 yang artinya variabel tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance mampu menjelaskan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Jenepono sebesar 52,0% sementara sisanya sebesar 48,0% (100% - 52,0%) kepuasan nasabah dijelaskan oleh faktor selain kualitas layanan.

4.6.3 Uji Asumsi Analisis Faktor

Hasil uji korelasi antar variabel ada pada output KMO and Bartlett's Test, sebagai berikut :

Tabel 4.16

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.783
	Approx. Chi-Square	3891.116
Bartlett's Test of Sphericity	Df	820
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah 2018

Nilai KMO adn Bartlestt's Test untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah $>0,5$. Signifikansi penelitian adalah 0,05. Dari hasil di atas maka diperoleh nilai KMO sebesar 0,783 yang artinya lebih besar dari 0,5. Sementara itu, signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000. (Santoso, 2002)

Dengan hasil di atas maka dapat dikatakan bahwa variabel dan sampel yang digunakan memungkinkan untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Selanjutnya untuk melihat korelasi antar variabel dapat diperhatikan tabel Anti-Image Matrice (Lampiran 4). Nilai yang diperhatikan adalah MSA (Measure of Sampling Adequacy). Nilai MSA berkisar antara 0 hingga 1.

Berdasarkan tabel Anti-Image Matrice, maka seluruh variabel dapat di analisis lebih lanjut karena masing-masing nilainya $> 0,5$. Nilai MSA di tandai huruf a

4.6.4 Uji F (Serempak)

Uji serempak atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas jasa yang terdiri atas tangible, emphaty, reliability, responsiveness dan assurance serta bersama-sama terhadap variabel kepuasan nasabah.

Tabel 4.17

Hasil Uji F (Serempak)

Model	Sum of Squares	df	Mean Squere	f	Sig
1 Regression	242,236	5	48,447	20,335	.000 ^b
Resudal	223,954	94	2,382		
Total	466,190	99			

Sumber data 2018

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho = Kualitas layanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha = Kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan pada tabel 5.16, tingkat signifikan sebesar 0,000 atau sebesar 0% artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan sebesar 0%.

3. Menentukan Ftabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 dapat ditentukan dengan persamaan berikut ini :

Df 1 = jumlah variabel: artinya $df_1 = 5$

Sedangkan, $df_2 = n - k - 1$, artinya $df_2 = 94$; $(100 - 5 - 1)$

Jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 5 baris 94 yakni 2,31 atau dapat dicari pada program Ms. Excel dengan cara mengetik pada cell kosong = **finv(0.05,5,94)** lalu tekan **enter**. Hasilnya adalah 2,31127.

4. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

5. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20,335 > 2,31$)

Secara teoritis kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, seperti yang dikatan oleh Kotler (2009:177) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0.000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{tabel} dan F_{hitung} dimana F_{hitung} sebesar 20,335 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,31, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima atau kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F (Serempak), kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.6.5 Uji T (Parsial)

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil pengolahan dengan program *SPSS version 20 for windows* maka didapat hasil uji T (Parsial), yang hasilnya dirangkumkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.18

Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	7,101	1,431		4,962	,000
Tangible	,096	,042	,244	,254	,027
Realibility	,109	,055	,194	1,993	,049
Responsiveness	,094	,047	,198	2,009	,047
Assurance	,069	,033	,172	2,082	,040
Empathy	,090	,036	,196	2,470	,015

Sumber data 2018

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan

1. Langkah-langkah melakukan uji T untuk variabel *tangible* sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho1 :variable *tangible* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha1 : variabel *tangible* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai sig. > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak

Jika nilai sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 4.19 signifikansi variabel *tangible* sebesar 0,027 artinya variabel *tangible* lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0,027 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh antara *tangible* dengan kepuasan nasabah.

3. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.17, maka t_{hitung} untuk variabel *tangible* sebesar 2,254.

4. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{hitung} = 2,254$

Nilai $t_{tabel} = 1,986$

Jadi $2,254 > 1,986$ menyatakan H_0 ditolak

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,027. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *tangible* berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,254 > 1,986$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Langkah-langkah melakukan uji T untuk variabel *realibility* sebagai berikut :

1. Hipotesis

H_0 : variable *realibility* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : variabel *realibility* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 4.19 signifikansi variabel *realibility* sebesar 0,049 artinya variabel *realibility* lebih kecil

dari tingkat signifikan yaitu $0,049 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh antara *realibility* dengan kepuasan nasabah.

3. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.17, maka t_{hitung} untuk variabel *realibility* sebesar 1,993.

4. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $- t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{hitung} = 1,993$

Nilai $t_{tabel} = 1,986$

Jadi $1,993 > 1,986$ menyatakan Ho ditolak

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,027. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *realibility* berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $1,993 > 1,986$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel *reability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *reability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Langkah-langkah melakukan uji T untuk variabel *responsiveness* sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho1: variabel *responsiveness* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha1: variabel *responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H0 diterima dan Ha ditolak

Jika nilai sig. $< 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah $0,05$ ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 4.19 signifikansi variabel *responsiveness* sebesar $0,047$ artinya variabel *responsiveness* lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0,047 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh antara *responsiveness* dengan kepuasan nasabah.

3. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.17, maka t_{hitung} untuk variabel *responsiveness* sebesar $2,009$.

4. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{\text{hitung}} = 2,009$

Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,986$

Jadi $2,009 > 1,986$ menyatakan Ho ditolak

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,047. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *responsiveness* berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yakni $2,009 > 1,986$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *responsiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Langkah-langkah melakukan uji T untuk variabel *assurance* sebagai berikut :

1. Hipotesis

H₀₁ : variable *assurance* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a1} : variabel *assurance* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai sig. > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak

Jika nilai sig. < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 4.19 signifikansi variabel *assurance* sebesar 0,040 artinya variabel *assurance* lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0,040 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh antara *assurance* dengan kepuasan nasabah.

3. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.17, maka t_{hitung} untuk variable *assurance* sebesar 2,082. \

4. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{hitung} = 2,082$

Nilai $t_{tabel} = 1,986$

Jadi $2,082 > 1,986$ menyatakan Ho ditolak

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,040. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *assurance* berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,082 > 1,986$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel *assurance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Langkah-langkah melakukan uji T untuk variabel *emphathy* sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho1 : variable *emphathy* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha1: variabel *emphathy* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai sig. > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak

Jika nilai sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 4.19 signifikansi variabel *emphathy* sebesar 0,015 artinya variabel *emphathy* lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0,015 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh antara *emphathy* dengan kepuasan nasabah.

3. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.17, maka t_{hitung} untuk variabel *assurance* sebesar 2,470.

4. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Nilai $t_{hitung} = 2,470$

Nilai $t_{tabel} = 1,986$

Jadi $2,470 > 1,986$ menyatakan H_0 ditolak

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,015. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *emphathy* berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,470 > 1,986$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel *emphathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *emphathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari lima variabel yang mempengaruhi kepuasan NASABAH PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, variabel yang paling dominan berdasarkan hasil uji t (uji parsial) adalah variabel *Emphathy* (Kepedulian) dengan nilai $\alpha > Sig$ ($0,05 > 0,015$). Pada tabel 4.19 Variabel *Realibility Emphathy* (Kepedulian) mempunyai nilai thitung ($2,470$) $>$ ttabel ($1,986$) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andi Asrul Husnul (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT BANK SULSELBAR Cabang Jenponto: Studi Kasus pada BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar dan penelitian yang dilakukan oleh Tb. Uu Syamsudin tahun 2005 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Jabar Cabang Utama Bandung yang menyatakan variabel bebas *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible* secara

individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hanya saja penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya.

4.7 Pembahasan

1. *Pengaruh variabel Reliability (Keandalan) terhadap kepuasan nasabah.*

Reliability (Keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hubungan Keandalan (*realibility*) dengan kepuasan Nasabah ialah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan maka kepuasan Nasabah akan semakin tinggi. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan di sini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para nasabah. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para nasabah akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, maka akan memengaruhi kepuasan nasabah.

2. *Pengaruh variabel Responsiveness (Ketanggapan) terhadap kepuasan nasabah.*

Responsiveness (Ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu nasabah, kecepatan dalam pelayanan dan

komunikasi yang lancar. Daya tanggap di sini dapat berarti respon atau kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para nasabah akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, maka akan memengaruhi kepuasan nasabah.

3. *Pengaruh variabel Assurance (Jaminan) terhadap kepuasan nasabah. Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng untuk membantu para nasabah, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, maka akan memengaruhi kepuasan nasabah.*

4. *Pengaruh variabel Emphaty (Empati) terhadap kepuasan nasabah. Emphaty (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah oleh karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, seperti perhatian kepada nasabah, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan nasabah. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah.*

5. *Pengaruh variabel Tangible (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah. Tangible (Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bukti fisik merupakan fisik dari PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi*

yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng sudah sesuai dengan keinginan nasabah. Semakin mendukung kondisi fisik di PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, maka akan memengaruhi kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu :

1. Uji F (uji serempak) menunjukkan bahwa secara bersama-sama pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, emphaty, reliability, responsevennes dan assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Uji T (uji parsial) menunjukkan bahwa secara parsial variabel *tangible, reliability, responsiveness, emphaty, dan assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel *Emphaty* menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian *tangible, assurance, responsiveness*, sementara *realibility* menjadi faktor terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Dari hasil analisis yang telah dikemukakan, maka saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak PT. Bank Sulselbar Cab.Bantaeng adalah sebagai berikut :

1. Mengingat bahwa *Emphaty* memiliki pengaruh yang paling dominan, maka disarankan kepada PT. Bank Sulselbar Cab.Bantaeng untuk meningkatkan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan hubungan, dan memahami kebutuhan para nasabah oleh karyawan PT. Bank Sulselbar Cabang Bantaeng, seperti perhatian kepada nasabah, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan nasabah.

2. Meskipun variabel *Emphaty* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah, PT. Bank Sulselbar Cab.Bantaeng harus tetap mempertahankan variabel tersebut, dan untuk keempat variabel lainnya meskipun berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, PT. Bank Sulselbar Cab.Bantaeng juga harus mempertahankan variabel tersebut bahkan meningkatkan keempat variabel ini.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel lain yang yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini kelima variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 52% kepuasan nasabah. Penelitian ini belum memasukkan variabel atau faktor lain yang mungkin dapat memengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Arman, Agus, *Harian Fajar*. 30 November 2015.
- Asra, A, *Pengantar Statistik Terapan untuk Pemula*. Jakarta: Lembaga Penerbit UI, Vol. 1, 1994.
- Asra, Abuzar dan Slamet Sutomo. *Pengantar Statistika II* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Azis, Akmal, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel PT Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin, Makassar, 2013.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007.
- Champion, Dean J, *Basic Statistic For Social Research*. New York: Macmilan, 1990.
- Cohran, W.G, *Samp Techniques 3rd edition* . New York: John Wiley and Sons, Inc, 1977.
- Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1995.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010.
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Misbach, Irwan, *Kualitas Layanan Bank Syariah*. Makassar: Alauddin University Press, 2012. Misbach, Irwan, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Kepercayaan*. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKNP, 2002.
- Muhammad,. *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2005.
- Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2009.
- Nugroho, Djazuli dan A. Asra. *Rumus-rumus Statistik serta Penerapannya*. Jakarta: CV. Rajawali, 1985.

Nuratika, Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service pada PT. Bank SulSelBar Cabang Makassar. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin, Makassar, 2013.

S.P. Hasibuan, Malayu. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suhartini, Eka, *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen*.

Makassar: Alauddin University Press, 2012.

Lampiran : Kuesioner

**KUESIONER TENTANG PENGARUH PELAYANAN PEGAWAI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SULSELBAR
KABUPATEN BANTAENG**

Data Pribadi

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan

2. Menjadi nasabah PT. BANK SULSELBAR CABANG BANTAENG sejak
 - a. < 6 bulan
 - b. 6 bulan – 1 tahun
 - c. > 1 tahun

9) Selain PT. BANK SULSELBAR CABANG BANTAENG apakah anda menggunakan jasa perbankan lainnya :

- a. Tidak
- b. Ya

10) Masalah yang pernah dikeluhkan :

- a. Slip resi yang jarang keluar dari mesin ATM
- b. Antrian yang lama
- c. Pin terblokir
- d. Lain-lain

5. Berapa banyak jumlah uang yang ditabung dalam waktu 1 bulan ? a.

< Rp.150.000

b. 200.000 – 300.000

c. > 350.000

Jawablah pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan kualitas pelayanan

dan kepuasananda atas pelayanan PT. BANK SULSELBAR CABANG

BANTAENG, dengan memberi tanda silang (X) pada pilihan yangsesuai

dengan pendapat nasabah.

Keterangan : 5.SS = Sangat Sesuai

4.S = Sesuai

3.N = Netral

2.TS = Tidak Sesuai

1.STS = Sangat Tidak Sesuai

NO	VARIABEL BERWUJUD (TANGIBLES)	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1	Penampilan Karyawan rapih dan profesional					
2	Fasilitas ac dan ruang tunggu yang nyaman					
3	Jumlah counter yang disediakan sesuai dengan jumlah nasabah					
4	Peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern					
5	Ruang ATM bersih dan nyaman					
6	Sarana Komunikasi yang mudah dihubungi					
7	Peletakan slip transaksi dan brosur mudah dijangkau dan tertata rapi					

NO	VARIABEL KEANDALAN (REALIBILITY)	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan					
2	Prosedur Penerimaan nasabah yang cepat dan tepat sesuai antrian					
3	Kemudahan Penarikan dana oleh					

	nasabah melalui teller					
4	Kondisi mesin ATM berjalan dengan baik dalam pengoperasiannya					

5	Transaksi mudah dan tidak berbeli-belit					
6	Pelayanan yang Anda butuhkan dapat disediakan dengan cepat dan akurat					
7	Layanan ATM, <i>telebanking</i> , <i>sms banking</i> atau <i>internet banking</i> sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah					

NO	VARIABEL DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)	JAWABAN				
PERNYATAAN		1	2	3	4	5
1	Cepat dan tanggap dalam menangani keluhan dan tanggapan dari nasabah					
2	Karyawan membantu nasabah dalam penyampaian/mencari informasi					
3	Waktu tunggu pelayanan yang cepat					
4	Karyawan tidak menunjukkan kesan sibuk dalam menyambut nasabah					
5	Satpam selalu bersedia membantu nasabah					
6	Setiap penyelesaian keluhan dilayani dengan sabar dan memuaskan					
7	Anda memperoleh pelayanan 24 jam ketika terdapat masalah dalam pengoperasian mesin ATM					

O	VARIABEL JAMINAN (ASSURANCE)	JAWABAN				
	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Karyawan mampu menanamkan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi					
2	Karyawan memiliki pengetahuan dan kecakapan yang cukup dalam memasukkan data nasabah					
3	Keterampilan teller dalam menghitung dana yang masuk atau keluar					
4	Pelayanan yang sopan dan ramah					
5	Kesiapan, kelengkapan, dan keakuratan informasi					
6	Anda selalu memperoleh bukti print laporan dan tercetak dengan baik					
7	Karyawan memberijangi waktu penyelesaian masalah dan menepatinya					

NO	VARIABEL KEPEDULIAN (EMPHATY)	JAWABAN				
	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan nasabah					
2	Karyawan bersikap ramah, sopan dan sabar terhadap nasabah dalam melayani transaksi					
3	Pelayanan tanpa membedakan status					
4	Karyawan menyambut nasabah dengan memberi senyum dan salam serta mempersilahkan duduk pada saat nasabah datang					
5	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah					
6	Karyawan meminta maaf atas setiap komplain dan ketidaknyamanan yang diajukan oleh nasabah					
7	Karyawan telah memahami dengan baik kebutuhan nasabah					
8	Pemberian solusi atas suatu permasalahan secara terinci sehingga nasabah paham					

NO	VARIABEL KEPUASAN	JAWABAN				
	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Anda merasa puas dengan sistem yang					

	dijalankan Bank Sulselbar					
2	Tidak ada keluhan atau komplain terhadap pelayanan di Bank Sulselbar					
3	Nasabah memberikan pujian setelah melakukan transaksi di Bank Sulselbar					
4	Melakukan transaksi di Bank Sulselbar merupakan sebuah pengalaman yang bagus					
5	Anda merekomendasikan kepada keluarga, teman atau rekan kerja Anda untuk menjadi nasabah di Bank Sulselbar					

Lampiran 3 : Statistik Deskriptif regresi berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	20.4100	2.17002	100
X1	28.2800	5.08728	100
X2	28.3400	3.84345	100
X3	26.7500	4.56463	100
X4	27.6900	5.42664	100
X5	34.4100	4.74202	100

Correlations

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y	1.000	.590	.581	.582	.452	.418
X1	.590	1.000	.587	.621	.428	.282
X2	.581	.587	1.000	.555	.383	.410
X3	.582	.621	.555	1.000	.445	.308
X4	.452	.428	.383	.445	1.000	.110
X5	.418	.282	.410	.308	.110	1.000
Y	.	.000	.000	.000	.000	.000
X1	.000	.	.000	.000	.000	.002
X2	.000	.000	.	.000	.000	.000
X3	.000	.000	.000	.	.000	.001
X4	.000	.000	.000	.000	.	.138
X5	.000	.002	.000	.001	.138	.
Y	100	100	100	100	100	100
X1	100	100	100	100	100	100
X2	100	100	100	100	100	100
X3	100	100	100	100	100	100
X4	100	100	100	100	100	100
X5	100	100	100	100	100	100

Pearson Correlation

Sig. (1-tailed)

N

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X4, X1, X2, X3 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.721 ^a	.520	.494	1.54353	.520	20.335	5	94	.000

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

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.236	5	48.447	20.335	.000 ^b
	Residual	223.954	94	2.382		
	Total	466.190	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-	Partial	Part	Tolerance	VIF

						order				
(Constant)	7.101	1.431		4.962	.000					
X1	.096	.042	.224	2.254	.027	.590	.226	.161	.516	1.939
X2	.109	.055	.194	1.993	.049	.581	.201	.142	.540	1.851
X3	.094	.047	.198	2.009	.047	.582	.203	.144	.528	1.896
X4	.069	.033	.172	2.082	.040	.452	.210	.149	.748	1.337
X5	.090	.036	.196	2.470	.015	.418	.247	.177	.815	1.227

a. Dependent Variable: Y

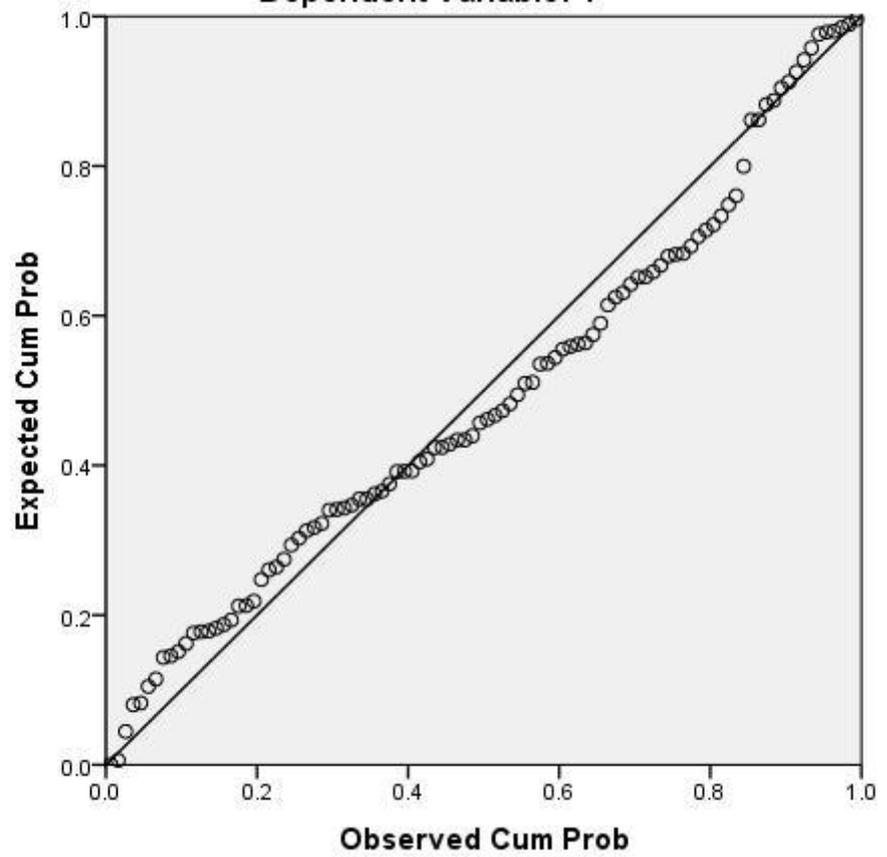
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.7539	22.8565	20.4100	1.56423	100
Std. Predicted Value	-2.337	1.564	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.193	.732	.357	.126	100
Adjusted Predicted Value	16.8077	22.9314	20.4268	1.56712	100
Residual	-5.15277	4.12093	.00000	1.50405	100
Std. Residual	-3.338	2.670	.000	.974	100
Stud. Residual	-3.388	2.710	-.005	.996	100
Deleted Residual	-5.30624	4.24565	-.01683	1.57234	100
Stud. Deleted Residual	-3.596	2.807	-.005	1.014	100
Mahal. Distance	.559	21.265	4.950	4.616	100
Cook's Distance	.000	.063	.008	.011	100
Centered Leverage Value	.006	.215	.050	.047	100

a. Dependent Variable: Y

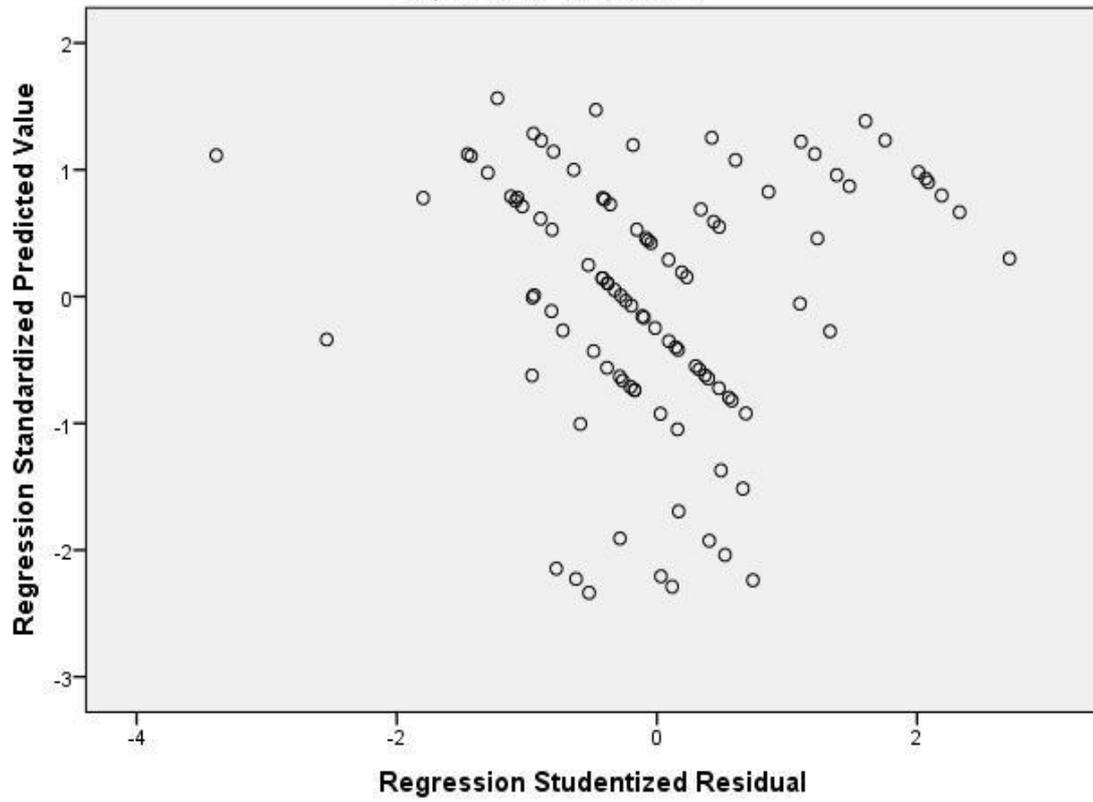
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Scatterplot

Dependent Variable: Y



Lampiran 4 : Uji Asumsi Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.783
Approx. Chi-Square		3891.116
Bartlett's Test of Sphericity	df	820
Sig.		.000

Anti-image Matrices

	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27
Anti-image														
Correlation														
x11	.786^a	-,396	,212	-,761	,005	,246	-,078	-,149	,237	,021	,274	-,296	-,343	,320
x12	-,396	.792^a	,180	,143	-,298	-,229	-,160	-,281	,239	,225	-,165	-,135	,007	-,047
x13	,212	,180	.751^a	-,329	-,651	,190	-,325	-,433	,473	,163	,120	-,375	-,178	,339
x14	-,761	,143	-,329	.791^a	,022	-,429	,108	,095	-,146	-,127	-,438	,308	,254	-,118
x15	,005	-,298	-,651	,022	.791^a	-,378	,346	,299	-,290	-,042	,095	,314	-,169	-,434
x16	,246	-,229	,190	-,429	-,378	.706^a	-,579	,135	-,249	-,059	,208	-,212	,339	,133
x17	-,078	-,160	-,325	,108	,346	-,579	.725^a	,174	,035	-,195	,007	,312	-,212	-,236
x21	-,149	-,281	-,433	,095	,299	,135	,174	.650^a	-,713	-,459	,283	,089	,299	-,262
x22	,237	,239	,473	-,146	-,290	-,249	,035	-,713	.701^a	,074	-,199	-,175	-,416	,298
x23	,021	,225	,163	-,127	-,042	-,059	-,195	-,459	,074	.804^a	-,108	-,120	-,323	,115
x24	,274	-,165	,120	-,438	,095	,208	,007	,283	-,199	-,108	.756^a	-,481	,022	-,204
x25	-,296	-,135	-,375	,308	,314	-,212	,312	,089	-,175	-,120	-,481	.709^a	-,064	-,335
x26	-,343	,007	-,178	,254	-,169	,339	-,212	,299	-,416	-,323	,022	-,064	.832^a	-,308
x27	,320	-,047	,339	-,118	-,434	,133	-,236	-,262	,298	,115	-,204	-,335	-,308	.666^a
x31	-,159	,176	-,048	,006	-,106	-,046	,181	,197	-,130	,001	-,031	,117	-,144	-,159
x32	-,120	-,206	-,044	,177	,213	-,186	,188	,202	-,232	-,106	,017	,187	,032	-,204

x33	-,043	-,089	-,089	-,025	,108	-,026	,081	-,221	,041	,020	,058	,105	,164	-,138
x34	,173	,192	,040	-,256	,213	-,199	,093	-,365	,466	,279	,069	-,125	-,376	-,020
x35	,019	-,202	,074	,003	,068	,022	,110	-,022	,061	-,187	,081	,220	,151	-,235
x36	-,052	,010	,079	,135	-,294	,128	-,240	,217	-,232	-,105	,139	-,347	,127	,363
x37	,057	,130	-,107	,085	-,233	,218	-,384	-,156	-,003	,159	-,414	-,092	,125	,260
x41	,187	-,013	,291	-,225	-,342	,390	-,280	-,142	,094	,093	,129	-,275	,053	,192
x42	-,110	,192	-,079	,186	-,081	-,206	,051	-,050	,101	-,063	-,256	,051	,171	,005
x43	,026	-,110	,084	-,044	-,026	,169	-,253	,119	-,290	,117	,172	-,091	-,117	,094
x44	-,032	-,008	-,134	,155	,153	-,161	,151	-,180	,169	-,030	-,153	,065	-,074	-,036
x45	-,254	,054	-,060	,185	,029	-,135	,126	,090	-,099	-,085	-,033	,269	-,017	-,134
x46	,155	-,159	-,113	-,193	,127	-,008	,255	,263	,007	-,230	,144	-,090	,058	-,095

x47	,043	,104	,198	-,186	-,199	,159	-,100	,001	-,005	,047	,178	-,074	-,098	,123
x51	,265	-,028	,188	-,261	-,065	,044	-,012	-,310	,265	,187	-,055	-,018	-,103	,009
x52	-,091	,060	-,032	,050	,027	-,071	,098	,031	,102	-,130	-,207	,279	-,063	,048
x53	-,076	,150	-,025	,163	-,043	-,077	-,098	-,218	,124	,081	-,020	-,201	,017	-,079
x54	,294	-,392	-,064	-,191	,156	-,036	,348	,344	-,029	-,341	,314	-,087	-,188	,092
x55	-,180	,295	-,119	,201	,203	-,183	-,233	-,144	,017	,244	-,178	-,117	,058	-,180
x56	-,227	,231	-,017	,025	-,221	,192	-,059	-,015	-,041	-,001	-,226	,202	,161	-,044
x57	-,026	-,082	-,319	-,079	,234	,146	,072	,243	-,458	,244	,006	,135	-,048	-,017
x58	,046	-,186	,244	-,107	-,173	,107	,024	,192	-,158	-,193	,395	-,098	,034	,091
y1	-,014	,148	-,184	,026	,161	-,105	-,015	-,239	,151	,139	-,354	,232	-,007	,048
y2	-,058	,026	,175	-,108	-,125	,329	-,372	,065	-,126	,154	-,056	-,046	-,058	,035
y3	,212	,000	,111	-,119	,033	-,006	-,157	-,402	,372	,237	-,193	-,048	-,224	,045
y4	-,140	-,153	-,357	,259	,154	-,142	,171	,321	-,382	-,144	,092	,024	,188	-,072
y5	-,075	,122	,481	-,027	-,403	,154	-,295	-,267	,161	,095	-,074	-,160	-,088	,204

Anti-image Matrices

	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x41	x42	x43	x44	x45	x46	x47
Anti-image x11	-,159	-,120	-,043	,173	,019	-,052	,057	,187	-,110	,026	-,032	-,254	,155	,043
Correlation														
x12	,176	-,206	-,089	,192	-,202	,010	,130	-,013	,192	-,110	-,008	,054	-,159	,104
x13	-,048	-,044	-,089	,040	,074	,079	-,107	,291	-,079	,084	-,134	-,060	-,113	,198
x14	,006	,177	-,025	-,256	,003	,135	,085	-,225	,186	-,044	,155	,185	-,193	-,186
x15	-,106	,213	,108	,213	,068	-,294	-,233	-,342	-,081	-,026	,153	,029	,127	-,199
x16	-,046	-,186	-,026	-,199	,022	,128	,218	,390	-,206	,169	-,161	-,135	-,008	,159
x17	,181	,188	,081	,093	,110	-,240	-,384	-,280	,051	-,253	,151	,126	,255	-,100
x21	,197	,202	-,221	-,365	-,022	,217	-,156	-,142	-,050	,119	-,180	,090	,263	,001
x22	-,130	-,232	,041	,466	,061	-,232	-,003	,094	,101	-,290	,169	-,099	,007	-,005
x23	,001	-,106	,020	,279	-,187	-,105	,159	,093	-,063	,117	-,030	-,085	-,230	,047

x24	-,031	,017	,058	,069	,081	,139	-,414	,129	-,256	,172	-,153	-,033	,144	,178
x25	,117	,187	,105	-,125	,220	-,347	-,092	-,275	,051	-,091	,065	,269	-,090	-,074
x26	-,144	,032	,164	-,376	,151	,127	,125	,053	,171	-,117	-,074	-,017	,058	-,098
x27	-,159	-,204	-,138	-,020	-,235	,363	,260	,192	,005	,094	-,036	-,134	-,095	,123
x31	.863^a	-,206	-,302	-,183	-,194	-,040	-,060	,079	-,131	-,026	-,122	,148	,241	,031
x32	-,206	.847^a	-,276	-,179	,123	-,032	-,165	-,076	-,072	,029	-,019	,134	-,069	,107
x33	-,302	-,276	.874^a	-,079	,098	-,043	-,148	-,192	,095	,094	,087	-,046	-,149	-,120
x34	-,183	-,179	-,079	.753^a	-,053	-,379	-,076	,014	,020	-,180	,158	-,190	,061	,002
x35	-,194	,123	,098	-,053	.856^a	-,416	-,488	,053	-,015	-,183	,064	-,049	,121	-,059
x36	-,040	-,032	-,043	-,379	-,416	.766^a	,017	,026	-,033	,271	-,180	,124	-,153	,205
x37	-,060	-,165	-,148	-,076	-,488	,017	.825^a	,114	,143	,060	,048	-,197	-,192	-,128
x41	,079	-,076	-,192	,014	,053	,026	,114	.788^a	-,450	-,150	-,167	-,214	,019	,249
x42	-,131	-,072	,095	,020	-,015	-,033	,143	-,450	.869^a	-,189	,068	-,289	-,017	-,256

x43	-,026	,029	,094	-,180	-,183	,271	,060	-,150	-,189	.832^a	-,340	-,064	-,276	,186
x44	-,122	-,019	,087	,158	,064	-,180	,048	-,167	,068	-,340	.863^a	-,257	-,070	-,494
x45	,148	,134	-,046	-,190	-,049	,124	-,197	-,214	-,289	-,064	-,257	.895^a	-,146	,031
x46	,241	-,069	-,149	,061	,121	-,153	-,192	,019	-,017	-,276	-,070	-,146	.836^a	-,203
x47	,031	,107	-,120	,002	-,059	,205	-,128	,249	-,256	,186	-,494	,031	-,203	.808^a
x51	-,240	-,054	,139	,061	,069	-,043	,013	-,018	,103	-,143	-,028	-,073	-,013	,011
x52	,094	-,039	,031	-,007	,044	-,356	,123	-,101	,025	-,080	,047	,087	,049	-,070
x53	-,128	,067	-,194	,180	,018	,101	,047	,106	-,005	,036	,023	-,022	-,043	,039
x54	,114	-,034	-,075	,071	,100	,112	-,385	-,030	-,072	-,025	-,040	-,042	,303	,098
x55	-,153	,047	,092	,115	-,187	,047	,204	-,132	,082	,146	-,002	-,094	-,199	-,086
x56	,209	-,108	-,071	-,074	,003	-,110	,115	,099	,004	-,313	-,012	,153	,111	,053
x57	,110	,103	-,142	-,118	-,081	-,070	,097	-,047	-,108	,000	,073	,045	,006	-,049
x58	,088	-,037	,116	-,149	,024	,205	-,269	,105	-,171	,234	-,021	,048	-,062	,061
y1	-,454	,038	,193	,090	-,128	-,173	,340	-,178	,228	-,136	,083	-,035	-,183	-,183
y2	,209	####	-,241	-,056	-,094	,088	,085	,139	-,145	,219	-,230	-,025	-,056	,397
y3	-,227	-,058	,118	,165	,100	-,250	,124	,015	,161	-,033	-,086	-,172	-,082	-,103
y4	,211	-,003	,002	-,146	-,094	,258	-,147	-,154	-,040	,097	,115	,140	,034	-,093
y5	,104	-,041	-,110	-,011	,052	,012	,018	,216	-,044	,136	-,131	-,086	-,108	,114

Anti-image Matrices

	x11	x12	x13	x14	x15	x16	y1	y2	y3	y4	y5		
Anti-image	,265	-,091	-,076	,294	-,180	-,227	-,026	,046	-,014	-,058	,212	-,140	-,075
Correlation													
x12	-,028	,060	,150	-,392	,295	,231	-,082	-,186	,148	,026	,000	-,153	,122
x13	,188	-,032	-,025	-,064	-,119	-,017	-,319	,244	-,184	,175	,111	-,357	,481
x14	-,261	,050	,163	-,191	,201	,025	-,079	-,107	,026	-,108	-,119	,259	-,027
x15	-,065	,027	-,043	,156	,203	-,221	,234	-,173	,161	-,125	,033	,154	-,403
x16	,044	-,071	-,077	-,036	-,183	,192	,146	,107	-,105	,329	-,006	-,142	,154

x17	-,012	,098	-,098	,348	-,233	-,059	,072	,024	-,015	-,372	-,157	,171	-,295
x21	-,310	,031	-,218	,344	-,144	-,015	,243	,192	-,239	,065	-,402	,321	-,267
x22	,265	,102	,124	-,029	,017	-,041	-,458	-,158	,151	-,126	,372	-,382	,161
x23	,187	-,130	,081	-,341	,244	-,001	,244	-,193	,139	,154	,237	-,144	,095
x24	-,055	-,207	-,020	,314	-,178	-,226	,006	,395	-,354	-,056	-,193	,092	-,074
x25	-,018	,279	-,201	-,087	-,117	,202	,135	-,098	,232	-,046	-,048	,024	-,160
x26	-,103	-,063	,017	-,188	,058	,161	-,048	,034	-,007	-,058	-,224	,188	-,088
x27	,009	,048	-,079	,092	-,180	-,044	-,017	,091	,048	,035	,045	-,072	,204
x31	-,240	,094	-,128	,114	-,153	,209	,110	,088	-,454	,209	-,227	,211	,104
x32	-,054	-,039	,067	-,034	,047	-,108	,103	-,037	,038	####	-,058	-,003	-,041
x33	,139	,031	-,194	-,075	,092	-,071	-,142	,116	,193	-,241	,118	,002	-,110
x34	,061	-,007	,180	,071	,115	-,074	-,118	-,149	,090	-,056	,165	-,146	-,011
x35	,069	,044	,018	,100	-,187	,003	-,081	,024	-,128	-,094	,100	-,094	,052

x36	-,043	-,356	,101	,112	,047	-,110	-,070	,205	-,173	,088	-,250	,258	,012
x37	,013	,123	,047	-,385	,204	,115	,097	-,269	,340	,085	,124	-,147	,018
x41	-,018	-,101	,106	-,030	-,132	,099	-,047	,105	-,178	,139	,015	-,154	,216
x42	,103	,025	-,005	-,072	,082	,004	-,108	-,171	,228	-,145	,161	-,040	-,044
x43	-,143	-,080	,036	-,025	,146	-,313	,000	,234	-,136	,219	-,033	,097	,136
x44	-,028	,047	,023	-,040	-,002	-,012	,073	-,021	,083	-,230	-,086	,115	-,131
x45	-,073	,087	-,022	-,042	-,094	,153	,045	,048	-,035	-,025	-,172	,140	-,086
x46	-,013	,049	-,043	,303	-,199	,111	,006	-,062	-,183	-,056	-,082	,034	-,108
x47	,011	-,070	,039	,098	-,086	,053	-,049	,061	-,183	,397	-,103	-,093	,114
x51	.774^a	-,326	-,086	-,069	,067	,172	,124	-,453	,340	-,170	,362	-,377	-,110
x52	-,326	.867^a	-,305	-,329	-,187	,073	-,071	,035	,170	,025	-,064	-,161	-,054
x53	-,086	-,305	.886^a	-,094	,199	-,229	-,259	-,212	-,031	-,042	,194	-,050	,115
x54	-,069	-,329	-,094	.670^a	-,434	-,301	,017	,230	-,410	-,141	-,173	,346	-,155
x55	,067	-,187	,199	-,434	.754^a	-,093	-,237	-,416	,256	,072	,291	-,070	-,037
x56	,172	,073	-,229	-,301	-,093	.786^a	,193	-,227	,072	,143	-,172	-,218	,230
x57	,124	-,071	-,259	,017	-,237	,193	.828^a	-,263	,127	-,035	-,148	,073	-,178
x58	-,453	,035	-,212	,230	-,416	-,227	-,263	.755^a	-,383	,036	-,396	,246	,167
y1	,340	,170	-,031	-,410	,256	,072	,127	-,383	.680^a	-,319	,335	-,471	-,214
y2	-,170	,025	-,042	-,141	,072	,143	-,035	,036	-,319	.671^a	-,049	-,111	,372
y3	,362	-,064	,194	-,173	,291	-,172	-,148	-,396	,335	-,049	.732^a	-,476	,035
y4	-,377	-,161	-,050	,346	-,070	-,218	,073	,246	-,471	-,111	-,476	.744^a	-,357
y5	-,110	-,054	,115	-,155	-,037	,230	-,178	,167	-,214	,372	,035	-,357	.778^a

s

Lampiran 5 : statistik Deskripsif analisis realibility

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.949 41

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	162.1800	331.280	.686	.947
x12	162.1400	339.516	.549	.948
x13	162.4600	329.382	.697	.947
x14	162.2400	331.255	.710	.947

x15	162.4200	325.357	.753	.946
x16	162.2900	339.400	.480	.948
x17	162.0900	337.153	.567	.948
x21	162.3600	340.334	.552	.948
x22	162.0900	335.881	.621	.947
x23	161.9000	342.434	.583	.948
x24	162.5000	335.808	.597	.947
x25	162.0800	341.468	.497	.948
x26	161.9800	333.474	.688	.947
x27	162.4400	341.562	.404	.949
x31	162.4400	330.855	.684	.947
x32	162.3400	341.742	.482	.948
x33	162.2800	336.507	.548	.948
x34	162.7700	339.795	.483	.948

x35	162.3300	337.395	.587	.948
x36	162.5000	336.939	.567	.948
x37	162.6900	327.388	.707	.947
x41	162.3000	336.071	.538	.948
x42	162.3200	331.856	.601	.947
x43	162.3100	334.519	.547	.948
x44	162.2500	336.876	.532	.948
x45	162.3700	332.619	.597	.947
x46	162.3500	337.826	.502	.948
x47	162.5100	340.697	.438	.949
x51	162.1700	340.890	.508	.948
x52	161.9400	340.764	.457	.948
x53	161.9000	340.434	.481	.948
x54	161.9900	344.475	.345	.949
x55	162.0100	344.616	.374	.949
x56	161.9900	343.747	.415	.949
x57	162.0000	342.121	.451	.948
x58	161.9900	342.131	.480	.948
y1	162.1800	342.816	.523	.948
y2	161.9300	348.652	.302	.949
y3	162.3500	340.432	.567	.948
y4	162.2300	340.280	.606	.948
y5	162.3900	339.574	.554	.948

Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.922 7

Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.861 7

Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.885 7

Variabel X4

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.936 7

Variabel X5

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.931 8

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items

Alpha

.737

5