

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Karakteristik Responden

###### a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, dalam penelitian ini responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan yaitu sebanyak 35 orang (70%).

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin Responden**

Jenis Kelamin	f	%
Laki-laki	35	70
Perempuan	15	30
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

###### b. Karakteristik Responden berdasarkan usia Responden

Berdasarkan usia responden, dalam penelitian ini responden yang memiliki usia antara 25-35 tahun lebih dominan dibandingkan rentang usai lainnya yaitu sebanyak 28 orang (56%).

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasarkan usia Responden**

Usia	f	%
< 25 tahun	5	10
25-35 tahun	28	56
36-50 tahun	15	30
> 50 tahun	2	4
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

c. Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan responden, dalam penelitian ini responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta lebih dominan dibandingkan rentang pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 18 orang (36%).

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
PNS	15	30.0
Pegawai swasta	12	24.0
Wiraswasta	18	36.0
Pelajar	5	10.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

d. Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan Responden

Berdasarkan penghasilan perbulan responden, dalam penelitian ini mayoritas responden memiliki penghasilan >2 juta yaitu sebanyak 31 orang (62%).

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan Responden**

<b>Penghasilan</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<1 juta	5	10.0
1-2 juta	14	28.0
>2 juta	31	62.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

- Analisis Univariat: Pada analisis univariat akan menjelaskan secara umum variabel independen yaitu kualitas pelayanan meliputi: Bukti fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), serta variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

**Tabel 4.5**  
**Analisis Univariat Variabel Independen (Kualitas pelayanan)**

Variabel Independen	Pertanyaan 1		Pertanyaan 2		Pertanyaan 3	
	F	%	f	%	f	%
<b>Bukti fisik (<i>tangible</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
2= Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
3= Cukup Setuju	0	0	0	0	4	8.0
4= Setuju	22	44.0	28	56.0	15	30.0
5= Sangat Setuju	28	56.0	22	44.0	31	62.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Kehandalan (<i>reliability</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
2= Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
3= Cukup Setuju	2	4.0	1	2.0	2	4.0
4= Setuju	39	78.0	33	66.0	35	70.0
5= Sangat Setuju	9	18.0	16	32.0	13	26.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
2= Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
3= Cukup Setuju	16	32.0	18	36.0	12	24.0
4= Setuju	27	54.0	28	56.0	31	62.0
5= Sangat Setuju	7	14.0	4	8.0	7	14.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Jaminan (<i>assurance</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
2= Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
3= Cukup Setuju	0	0	0	0	1	2.0
4= Setuju	32	64.0	26	52.0	28	56.0
5= Sangat Setuju	18	36.0	24	48.0	21	42.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Empati (<i>empathy</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
2= Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
3= Cukup Setuju	0	0	0	0	1	2.0
4= Setuju	32	64.0	26	52.0	28	56.0
5= Sangat Setuju	18	36.0	24	48.0	21	42.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

Pada analisis univariat berikut menampilkan data bahwa responden mayoritas memberikan tanggapan pada setiap bagian kualitas pelayanan dengan tanggapan minimal pada cukup setuju dan tanggapan terbaik pada poin sangat setuju, serta tidak ada responden yang memberikan tanggapan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Hal sama terdapat pada tanggapan responden terkait variabel dependen yaitu keouasan nasabah, dimana semua responden menjawab puas dan sangat tidak puas, serta terdapat 1 responden yang menjawab cukup puas.

**Tabel 4.6**  
**Analisis Univriat Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)**

Variabel Dependen	Pertanyaan 1		Pertanyaan 2		Pertanyaan 3	
	F	%	f	%	f	%
<b>Bukti fisik (<i>tangible</i>)</b>	0	0	0	0	0	0
1= Sangat Tidak puas	0	0	0	0	0	0
2= Tidak puas	0	0	0	0	0	0
3= Cukup puas	0	0	0	0	1	2.0
4= Puas	32	64.0	26	52.0	28	56.0
5= Sangat Puas	18	36.0	24	48.0	21	42.0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, 2017

### 3. Analisis Bivariat

Analisis bivariat yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yaitu untuk mengetahui hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasam nasabah), apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun hasil analisis tersebut tertuang dalam table 4.7 berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Bivariat**

Constant	Koefisien regresi X	t hitung	t tabel
-3.247	.257	10.471	2,010.

\*Uji Regresi linier sederhana

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -3,247; artinya jika kualitas pelayanan terhadap nasabah (X) nilainya adalah 0, maka nilai kepuasan nasabah (Y') nilainya negatif yaitu sebesar -3,247, hal tersebut berarti nilai antara kualitas yang diberikan tidak terpaut jauh dari hasil kerja berupa tingkat kepuasa yang dirasakan nasabah.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,257; artinya jika kualitas pelayanan meningkat 1X, maka kepuasan nasabah (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,691257. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, semakin meningkat pelayanan yang diberikan maka semakin meningkatkan pula kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.
3. Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Dari hasil analisis regresi di atas pada table 4.7 dapat diketahui nilai t hitung seperti pada lampiran table 4.7 yang ditampilkan oleh *output SPSS*. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut: Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar

yang sering digunakan dalam penelitian), menentukan t hitung: Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar 10.471.

Menentukan t tabel :Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $50-1-1 = 48$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,010 (Lihat pada lampiran) atau dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik =TINV(0.05,48) lalu enter.

Kriteria Pengujian  $H_0$  diterima jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ .  $H_0$  ditolak jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , Membandingkan t hitung dengan t tabel .Nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  (10,471  $>$  2,010) maka  $H_0$  ditolak.Oleh karena nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  (10,471 $>$  2,010) maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank rakyat Indonesia unit Timporongan Kabupaten Pangkep.

## B. Pembahasan

Memasuki era perdagangan bebas, dapat menyebabkan iklim kompetisi yang tinggi disegala bidang. Kondisi tersebut memaksa setiap perusahaan harus dapat bekerja dengan lebih efisien, efektif dan produktif. Tingkat kompetisi yang tinggi ini memicu setiap perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasinya. Perkembangan dunia usaha termasuk pada sektor perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, apalagi persaingan di dunia usaha sangatlah ketat. Untuk dapat *survive* dalam sebuah persaingan khususnya bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor perbankan, sangat perlu adanya variasi dalam melakukan pelayanan dan harus memiliki kekuatan dalam hal menarik minat nasabah tentunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan secara otomatis akan meningkatkan kepuasan nasabah (Husnah, 2013).

Dalam penelitian ini akan mengkaji tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan, pada analisis univariat menampilkan data bahwa responden mayoritas memberikan tanggapan pada setiap bagian kualitas pelayanan dengan tanggapan minimal pada cukup setuju dan tanggapan terbaik pada poin sangat setuju, serta tidak ada responden yang memberikan tanggapan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju, hal tersebut terdapat pada kuesioner variabel independen. Hal sama terdapat pada tanggapan responden terkait variabel dependen yaitu kepuasan nasabah, dimana semua responden menjawab puas dan sangat tidak puas, serta terdapat 1 responden yang menjawab cukup puas.

Sesuai dengan hasil penelitian ini pada analisis univariat mencerminkan bahwa kualitas layanan yang diberikan PT. Bank rakyat Indonesia unit

Timporongan Kabupaten Pangkep, mencerminkan secara kuantitatif bahwa layanan tersebut sudah optimal dibuktikan dengan tanggapan responden. Menurut (Lina, 2009), seiring kondisi perekonomian yang terus berkembang, sektor perbankan memiliki potensi dan peluang yang besar dalam peranannya sebagai sumber pembiayaan bagi masyarakat. Masyarakat sebagai pihak pengguna jasa bank yang paling berperan, pada umumnya selalu memiliki respon yang tanggap terhadap bentuk layanan yang diberikan oleh masing-masing bank untuk menarik simpati nasabahnya. Bank sebagai lembaga yang sangat bergantung pada kepercayaan nasabah tentunya akan terus menyempurnakan layanannya ditengah persaingan dengan banyaknya penyedia jasa keuangan lainnya (Lina, 2014).

Perkembangan perbankan di Indonesia yang sangat pesat serta tingkat kompleksitas yang tinggi dapat berpengaruh terhadap performa suatu bank. Pada dasarnya perusahaan mengarahkan tujuannya untuk memperoleh keuntungan yang optimal dan menjalankan operasi perusahaan secara kontinyu. Untuk memperoleh keuntungan dari setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu pihak perbankan harus inovatif dan kreatif dalam hal mempertahankan nasabah atau mendapat nasabah baru, seperti halnya inovasi dan kreativitas dalam hal pemasaran produk/ jasa perbankan (Lina, 2014)

Survey yang dilakukan oleh bank Indonesia pada tahun 2010 cukup menyedihkan bahwa sedikitnya 62% rumah tangga tidak memiliki tabungan sama sekali atau minat masyarakat dalam menabung di bank terbilang rendah, bahkan survei yang dilakukan *world bank* dengan judul *where does Indonesia stand financial inclusion* memberikan fakta bahwa 49% masyarakat Indonesia belum tersentuh pelayanan perbankan. Kondisi ini menempatkan posisi



Indonesia pada posisi yang rendah di kawasan ASEAN. Tidak stabilnya kondisi perekonomian menjadi alasan utama (Lina, 2014). Kondisi tersebut dapat menjadi suatu permasalahan perekonomian karena masyarakat tidak memiliki tabungan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan masa depan, sehingga pihak bank sebagai media pelayanan jasa terkait hal tersebut harus mendorong minat masyarakat untuk menabung.

Selain kondisi perekonomian, kurangnya advokasi tentang pendidikan finansial kepada masyarakat seharusnya disadari oleh semua pihak (Lina, 2014). Tugas manajemen perusahaan adalah menciptakan strategi mencampur kegiatan bauran pemasaran. Kombinasi ideal dilakukan sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. Nasabah bank akan dihadapkan kepada rangsangan dari bauran pemasaran, baik dari kombinasi beberapa elemen ataupun hanya satu elemen saja (Buchari, 2007).

Dalam penelitian ini secara analisis bivariante menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $10,471 > 2,010$ ) maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank rakyat Indonesia unit Timporongan Kabupaten Pangkep. Hasil penelitian ini bersinergi secara positif pada tanggapan responden pada analisis univariat yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BRI unit Timporongan Kabupaten Pangkep, sangat optimal pada kualitas pelayanan sehingga berbanding lurus dengan tingkat kepuasan yang dirasakan dan diungkapkan oleh nasabah saat penelitian berlangsung.

Beberapa penelitian terdahulu yang mendukung hasil penelitian ini yaitu seperti halnya penelitian yang telah dilakukan oleh Longginus Passe (2016), tentang studi pada BRI Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta, mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah, mengemukakan bahwa sebanyak 100 orang nasabah yang dilibatkan sebagai responden penelitian, penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas layanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan nasabah (Passe, 2016).

Adapun penelitian lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bagus Tri Leksono(2009), penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan pelanggan juga dilakukan oleh yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas PelayananTerhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD CardBank Jateng cabang Utama Semarang”, penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksikan dalam 5komponen, 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 ketepatan 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.

Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan suatu perusahaan bukan hanya terletak pada banyaknya nasabah yang diperoleh perusahaan, namun juga bagaimana cara mempertahankan agar nasabah tersebut tetap loyal kepada perusahaan dan tidak ingin pindah ke perusahaan lainnya. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan nasabah merupakan satu langkah yang tepat agar tetap dalam persaingan.

Menyikapi hasil penelitian ini, maka peneliti berasumsi secara empiric bahwa untuk mempertahankan nasabah tetap puas terhadap kualitas pelayanan kepada perusahaan, maka perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Rasa puas dan tidak puas nasabah terletak pada hubungan antara harapan nasabah dengan kenyataan yang diberikan oleh produk/ jasa tersebut. Apabila kenyataan lebih besar dari harapan, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya apabila kenyataan yang diterima nasabah tidak seperti yang diharapkan maka nasabah tersebut akan merasa tidak puas. Apabila nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan datang kembali menggunakan produk/ jasa yang diberikan, sebaliknya apabila nasabah tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan maka nasabah tersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih produk/ jasa di tempat lain.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, Sebagaimana telah diuraikan dalam metode penelitian bahwa rancangan ini memiliki kelemahan yaitu hubungan sebab akibat tidak dapat diketahui secara langsung, akan tetapi hanya dapat menggambarkan suatu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner memungkinkan responden menjawab dengan tidak jujur atau tidak mengerti pertanyaan.