

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk  
CABANG KARTINI MAKASSAR**

**AKSEL  
1057 2042 6413**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**MAKASSAR**

**2018**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang Kartini Makassar

Nama Mahasiswa : AKSEL

No. Stambuk/Nim : 10572 04264 13

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di periksa dan diajukan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada hari senin , 05 juni 2018 . Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 05 juni 2018

### Menyetujui

Pembimbing I



Dr. A. Jam'an, SE, M.Si  
KTAM : 651 507

Pembimbing II



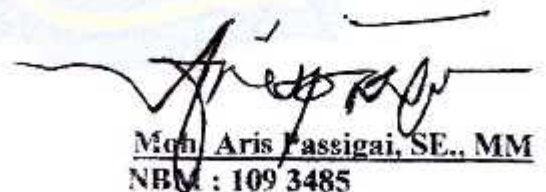
Syafaruddin, SE., MM  
NBM : 103 6526

### Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ketua Jurusan Manajemen



Mon Aris Fassigai, SE., MM  
NBM : 109 3485

## PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0007 /2018 Tahun 1439 H/2018 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Jum'at, 08 Juni 2018 M/23 Ramadhan 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 08 Juni 2018

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)

  
.....

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)



Sekretaris : Dr. Agussalim HR, SE, MM.

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)



Penguji : 1. Dr. Agussalim HR, SE, MM.



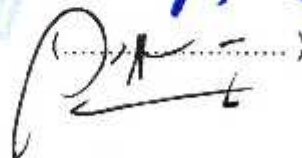
2. Ismail Rasulong, SE, MM.



3. Samsul Rizal, SE, MM.



4. Ismail Badollahi, SE, M.Si.Ak.



**Motto**

**Lelah Ini Akan Di Bayar Sebuah Kenikmatan Allah  
Perjuangan Tidak Ada Yang Sia-Sia**

(MOHD AXEL)

## KATA PENGANTAR



*Assalamu alaikum Wr. Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar”. Tak lupa pula penulis haturkan salam dan shalawat kepada Nabi junjungan kita, pemberi rahmat bagi alam semesta yaitu Baginda Rasulullah Muhammad SAW sang revolusioner sejati yang telah membawa kita keluar dari alam gelap gulita menuju ke alam yang terang benderang seperti saat ini. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi didalamnya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak tersebut, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Rahman Rahim, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar

2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staf tata usaha Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM Ketua Jurusan Manajemen dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Drs. Asdi., MM selaku penasehat akademik penulis.
5. Bapak Dr. A. Jama' an, SE, M.SI selaku pembimbing I dan Bapak Syafaruddin, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan senang hati meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penulis dalam pemeriksaan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada pimpinan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar yang bersedia untuk mengizinkan penulis melakukan penelitian.
7. Untuk teman-teman tersayang ,teman spesial, saudara tak sedarah di keluarga Master 013, sahabat di luar dunia kampus dan semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan pendidikan.
8. Untuk Ayahanda Iskandar, dan Ibunda Selvi Arfan, dan Istriku Rahma ningsih beserta anakku Mohd Afnan.A, adikku Poppy dan chyntia yang telah banyak membantu baik secara moril maupun materil serta segala dukungan, motivasi dan tak pernah putus dalam mendoakan sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.

9. Untuk mertuaku Ayahanda Sangkala dan Ibunda Rosdianan dan keluarga lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, dukungan buat penulis untuk menyelesaikan pendidikan.

Makassar, 9 Juni 2018

**AKSEL**

## ABSTRAK

**Aksel (2017). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar, dibimbing oleh Dr. A. Jama'an, SE, M.SI dan Syafaruddin, SE., MM.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero),Tbk. Cabang Kartini Makassar serta untuk menganalisis variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah penabung. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan metode analisis deskriptif, uji kelayakan instrument penelitian (uji validitas dan reliabilitas), analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis (Uji f dan uji t).

Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa keenam variabel yakni kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya. Dari keenam variabel yakni (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) yang telah diuji maka variabel yang paling dominan mempengaruhikepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar adalah perhatian. Hal ini disebabkan karena besarnya perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah penabung. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.

**Kata kunci** : Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggungjawab serta Kepuasan Nasabah



## **ABSTRACT**

***Aksel (2017). Effect on Service Excellence Customer Satisfaction at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Branch Kartini Makassar, guided by Dr. A. Jama'an, SE, M.SI dan Syafaruddin, SE., MM.***

*This study aimed to analyze the influence of excellent service to the customer satisfaction savers on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kartini Makassar branch and to analyze where the most dominant variable affecting customer satisfaction savers. To achieve these objectives we used descriptive analysis method, due diligence research instrument (validity and reliabiiltas), multiple regression analysis, and hypothesis testing (Test f and t test).*

*From the results of the regression equation indicate that these six variables: the ability, attitude, appearance, attention, action and responsibility have a positive and significant effect. Thus the first hypothesis proposed unsubstantiated. Of the six variables (ability, attitude, appearance, attention, action and responsibility) that have been tested the most dominant variable influencing customer satisfaction in PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kartini Makassar branch is attention. This is because the amount of attention given by the employees to the customers it will give satisfaction to customers savers. Thus the second hypothesis put forward unsubstantiated.*

***Keywords:*** *Ability, attitude, appearance, Attention, Action and Responsibility, and Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Kerangka Teoritis.....	7
1. Pengertian Pemasaran .....	7
2. Pengertian Jasa .....	8
3. Karakteristik Jasa .....	9
4. Pengertian Pelayanan .....	10
5. Pengertian dan Manfaat Pelayanan Prima ( <i>Service         Excellent</i> ).....	13
a. Pengertian Pelayanan Prima .....	13
b. Manfaat Pelayanan Prima.....	17
6. Pengertian dan Sifat-sifat Nasabah .....	19

a.	Pengertian Nasabah .....	19
b.	Sifat-sifat Nasabah.....	20
7.	Dasar-dasar dan Sikap Pelayanan Nasabah.....	21
a.	Dasar-dasar Pelayanan Nasabah .....	21
b.	Sikap Melayani Nasabah .....	23
8.	Pengertian Kepuasan Nasabah .....	25
B.	Tinjauan Empirik .....	29
C.	Kerangka Pemikiran .....	31
D.	Hipotesis .....	32
BAB III	METODE PENELITIAN .....	34
A.	Jenis/Rancangan Penelitian .....	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
C.	Populasi dan Sampel .....	34
D.	Jenis dan Sumber Data .....	35
1.	Jenis Data .....	35
2.	Sumber Data .....	36
E.	Metode Pengumpulan Data .....	36
F.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
1.	Klasifikasi Variabel .....	37
2.	Definisi Operasional.....	38
G.	Instrumen Penelitian .....	39
1.	Uji Validitas .....	39
2.	Uji Reliabilitas .....	40
H.	Analisis Data .....	40
1.	Analisis Regresi Berganda.....	40
2.	Uji F (Uji Serempak).....	42
3.	Uji t (Uji Parsial).....	43
BAB IV	SEJARAH DAN VISI MISI PERUSAHAAN	
A.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	44

B. Visi dan Misi Organisasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.....	46
C. Struktur Organisasi Bank Mandiri .....	46
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	48
B. Pembahasan.....	48
1. Deskripsi Identitas Responden.....	48
2. Deskriptif Variabel Penelitian mengenai Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah Penabung.....	52
3. Uji Instrumen Peneliti .....	61
a. Uji Validitas.....	61
b. Uji Reliabilitas.....	63
4. Regresi Berganda Mengenai Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah .....	61
a. Dependent Variabel: Y (Kepuasan Nasabah) ...	67
5. Pengujian Hipotesis.....	69
a. Uji Parsial .....	69
b. Uji Parsial .....	71
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah Penabung tahun 2009 s/d tahun 2011 ... 4
5.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....49
5.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....50
5.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....51
5.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....52
5.5	Deskripsi Responden terhadap Variabel Kemampuan.....54
5.6	Deskripsi Responden terhadap Variabel Sikap .....55
5.7	Deskripsi Responden terhadap Variabel Penampilan .....56
5.8	Deskripsi Responden terhadap Variabel Perhatian .....57
5.9	Deskripsi Responden terhadap Variabel Tindakan .....58
5.10	Deskripsi Responden terhadap Variabel Tanggungjawab .....59
5.11	Deskripsi Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....60
5.12	Hasil Pengujian Validitas Atas Butir Item Pertanyaan .....63
5.13	Hasil Pengujian Realiabilitas Atas Butir Item Pertanyaan.....65
5.14	Uji Regresi Berganda dengan SPSS 20.....67
5.15	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....68
5.16	Uji signifikan dalam Pengujian Hipotesis.....70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	47

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia perbankan yang dewasa ini bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan-tantangan yang semakin luas dan kompleks, hal tersebut membuat perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani masyarakat. Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa bank, harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial. Untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan ketertiban keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya.

Demikian pula halnya dengan nasabah, mereka telah menjadi pandai memilah-milah produk yang mana memberikan keuntungan yang lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Sebagian perusahaan sengaja memanjakan nasabah

melalui pelayanan yang diberikan bahkan dewasa ini nasabah sudah dianggap sebagai raja dan nasabah juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan serta keinginannya seperti dilayani secara cepat dan akurat. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan dan tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial.

Sehubungan dengan hal tersebut itu maka setiap perusahaan menentukan pelayanan prima yakni sikap atau cara karyawan untuk melayani nasabah secara memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi kalau petugas bank lebih mengenal sifat dan karakter dari para nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang untuk berbisnis kembali dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut.

Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya bertugas di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga



karyawan *di backoffice* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima.

Dimana menurut Atep (2006:25) bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan. Dimana uraian definisi yang dilakukan oleh Atep maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal guna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian dalam mengukur pelayanan prima dan hubungannya dengan nasabah penabung maka menurut Wahyu (2011) yang meneliti hubungan implementasi pelayanan prima dengan kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah yang mengatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) dapat diukur dengan 6 unsur pokok yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggungjawab (*accountability*).

PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar adalah salah satu bank milik pemerintah yang memiliki jaringan usaha seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itulah dalam menunjang peningkatan nasabah, maka perlunya dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan dimensi pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah. Selanjutnya dalam penelitian ini maka yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah nasabah penabung.

Oleh karena itulah maka akan dapat disajikan data perkembangan nasabah penabung khususnya pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar untuk tahun 2009 s/d tahun 2011 yang dapat dilihat melalui tabel 1 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Penabung Tahun 2009 s/d tahun 2011**

Tahun	Jumlah Nasabah Penabung (%)	Perkembangan (%)
2009	29.081	-
2010	41.270	41,91
2011	50.810	23,11
Rata-rata peningkatan		21,67

Sumber PT. Bank Mandiri, Tbk. Cabang Kartini Makassar

Berdasarkan tabel 1 yakni perkembangan nasabah penabung khususnya pada PT. Bank Mandiri, Tbk. Cabang Kartini Makassar, maka terlihat bahwa rata-rata pertumbuhan jumlah nasabah penabung mengalami peningkatan untuk setiap tahunnya, yakni rata-rata meningkat sebesar 21,67%. Dengan adanya peningkatan tersebut maka perlu dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan pelayanan prima yang telah dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri Cabang Kartini Makassar terhadap kepuasan nasabah. Hal ini yang menjadi alasan peneliti memilih judul penelitian yaitu sebagai berikut : “Pengaruh Pelayanan

Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar.”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka akan dapat disajikan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung.
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah penabung khususnya pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero),Tbk. Cabang Kartini Makassar.
2. Untuk menganalisis variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah penabung.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis : Untuk menerapkan teori dan konsep-konsep yang diterapkan selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan : Sebagai bahan masukan pada pihak Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar dalam memberikan kepuasan bagi nasabah penabung.
3. Bagi Peneliti selanjutnya : Untuk memperkaya khasanah penelitian bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kerangka Teoritis**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan, hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan yang memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan keuangan. Pada Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, produk yang diperjualbelikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.

Dalam konteks yang lebih luas, pemasaran adalah suatu upaya mengantarkan perusahaan mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan manusia. Sehingga dalam melakukan pemasaran maka manajer pemasaran sebagai salah satu fungsi perusahaan harus mengenali seluk beluk kebutuhan manusia dengan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kotler dan Armstrong (1997) mengemukakan bahwa pemasaran adalah :

Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses saling berinteraksi antara individu baik kelompok ataupun tidak dalam memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan dan menawarkan produk yang dianggap bernilai. semua ini dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan mendapat keuntungan yang mereka inginkan.

## **2. Pengertian Jasa**

Jasa atau layanan sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa atau layanan itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai layanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Pengertian jasa sendiri menurut Kotler (1997), jasa adalah: setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jasa bisa dikatakan sebagai produk yang tidak berwujud dan tidak mengikat seseorang untuk memilikinya tetapi lebih menekankan pada bagaimana seseorang merasakannya.

Dari pengertian di atas, pemasaran jasa dapat disimpulkan sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula pada saat diberi.

### **3. Karakteristik Jasa**

Merujuk pada karakteristik pemasaran jasa pada umumnya sebagaimana dikemukakan oleh Kotler (1997), maka karakteristik pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Produk perbankan tidak berwujud, tidak seperti halnya produk-produk manufaktur. Produk perbankan tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar atau dicium baunya. Hal yang tidak tampak secara fisik seperti persyaratan, prosedur dan sistem perlawanan justru sangat menentukan.

b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa perbankan pada umumnya memerlukan interaksi yang tidak dapat dipisahkan antara penjual dan pengguna jasa. Proses produksi dan konsumsi berlangsung secara bersamaan. Unsur *interpersonal relationship* antara karyawan dengan nasabahnya sangat menentukan.

c. Bervariasi (*Variability*)

Meskipun pada hakikatnya jasa perbankan adalah sama seperti giro, deposito atau tabungan, akan tetapi pendekatan pelayanan berbeda, tergantung kepada jasa apa yang ditawarkan dan kepada siapa yang dilayani.

d. Tidak dapat Disimpan (*Perishability*)

Produk manufaktur yang berwujud dapat disimpan dan dikelola sebagai persediaan. Akan tetapi tidak demikian dengan jasa perbankan. Secara operasional, proses produksi jasa perbankan berlangsung bersamaan dengan ketika jasa itu dinikmati nasabahnya.

#### **4. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bagi organisasi yang bergerak dibidang jasa perbankan untuk memenangkan persaingan. PT Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Kartini Makassar menyelenggarakan jasa perbankan harus memberikan pelayanan yang terbaik.

Secara umum pelayanan bermakna sebagai cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau kelompok. Aspek pelayanan ada dua unsur yang tidak bisa dipisahkan yaitu pelayanan dan yang dilayani.

Pendapat Moenir (2000 : 16-17) mengemukakan pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung. Dalam buku yang sama mengemukakan sebagai berikut pelayanan pada hakekatnya adalah serangkaian kegiatan karena itu ia merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan dalam masyarakat.



Memahami hal pelayanan sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang atau suatu badan yang tergabung dalam kepentingan umum sehingga arti pelayanan dan pelayanan umum pada dasarnya tidak jauh berbeda, sehingga keduanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan orang lain (individu dan masyarakat).

Ahmad Batinggi (2008 : 4) mengemukakan bahwa sistem pelayanan umum dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Mekanisme dan prosedur.
- b. Prilaku aparat
- c. Segi masyarakat
- d. Sarana dan prasarana
- e. Segi dana

Dalam keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993 tentang pedoman Tata laksana pelayanan umum dinyatakan sebagai berikut:

Pelayanan masyarakat adalah segala bentuk kegiatan pelayanan yang diberikan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Keputusan menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993. Kriteria pelayanan masyarakat yang baik harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Kesederhanaan

Prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang memunta pelayanan.

b. Kejelasan dan kepastian mengenai :

1. Prosedur tata cara pelayanan
2. Persyaratan pelayanan yang baik teknik maupun administratif
3. Rincian biaya atau tarif pelayanan dan tata cara pembayaran.
4. Jadwal waktu penyelesaian pelayanan.

c. Keamanan

Proses serta hasil pelayanan dapat memberikan keamanan dan dapat memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.

d. Keterbukaan

Prosedur/tata cara, persyaratan, satuan/kerja pejabat penanggung jawab, pemberi layanan, rincian biaya/tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib diinformasikan secara terbuka.

e. Efisien :

1. Persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan yang berkaitan.
2. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan kelengkapan persyaratan dalam proses pelayanannya masyarakat yang bersangkutan mempersyaratkan

adanya kelengkapan persyaratan dari satuan instansi pemerintah lain yang terkait.

f. Ekonomis

Pengenaan biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan :

1. Nilai barang/jasa pelayanan masyarakat dan tidak menuntut biaya terlalu tinggi diluar kewajaran.
2. Kondisi dan kemampuan masyarakat untuk membayar.
3. Ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

g. Keadilan yang merata.

Kriteria ini mengandung arti cakupan/jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil bagi seluruh lapisan masyarakat.

h. Ketepatan waktu.

Kriteria ini mengandung arti pelaksanaan pelayanan kepada masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Indikator-indikator petunjuk pelayanan yang berkualitas di atas adalah ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

## **5. Pengertian dan Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excelent*)**

### **a. Pengertian Pelayanan Prima**

Pelayanan prima atau layanan unggulan pada konsumen itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dan kesiapan dalam

mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meningkatkan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis dengan baik. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabahnya.

Menurut Philip Kotler (2001: 152) mengemukakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Malayu Hasibuan (2001: 152), mendefinisikan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah-tamah, adil cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memahami kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Sedangkan menurut Kasmir (2005: 310) pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dalam penerapan konsep mengutamakan kepentingan pelanggan atau nasabah, bank memerlukan pelayanan prima.

Pelayanan prima atau layanan unggul itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan

meninggalkan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk berbisnis dengan bank itu. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah.

Setiap perusahaan memerlukan pelayanan prima, yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah, suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Menurut Malayu Hasibuan (2001:150), bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan nasabahnya.

- a. Kecepatan, pelanggan sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama.
- b. keramahan, untuk menciptakan kerjasama yang baik keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.
- c. Ketepatan, pelayanan yang cepat harus disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan nasabah.
- d. kenyamanan, suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan serta menerapkan nasabah yang loyal.

Kemudian Adya Barata (2004:31) mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan pasal A 6 (enam) yaitu dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain :

1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi

kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan.

2. Sikap (*attitude*)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*attention*)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang nasabah.

5. Tindakan (*action*)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Tanggung jawab (*accountability*)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

### **b. Manfaat Pelayanan Prima**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi negara. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat, bukan memperdayakan atau membebani, sehingga akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) terhadap pemerintah. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu :

- a. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam di antara para pesaing. Maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

b. Merupakan promosi bagi bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan merasa terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menceritakan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

c. Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan

d. Meningkatkan daya saing perusahaan

Semakin tajamnya persaingan, biasanya perusahaan berlomba-lomba memberikan hadiah. Ada nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi tidak semua nasabah akan tertarik dengan hal itu. Ada nasabah yang akan lebih senang lagi apabila memperoleh pelayanan yang prima.

e. Meningkatkan laba dalam jangka panjang

Pelayanan prima yang telah diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah yang berkesinambungan. Artinya nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Keuntungan jangka panjang tersebut akan



memberikan posisi perusahaan semakin kuat dalam persaingan bank mencari nasabah.

Banyak bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggan atau nasabahnya karena nasabahnya akan menjadi pelanggan setia terhadap produk yang ditawarkan. Di samping itu, bank juga berharap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan dapat ditularkan kepada calon pelanggan lainnya

## **6. Pengertian dan sifat-sifat nasabah**

### **a. Pengertian Nasabah**

Menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank atau orang (badan) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menetapkan dananya dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Menurut Kasmir (2004:94) yang menyatakan bahwa nasabah adalah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau yang ditawarkan oleh bank.

Nasabah tidak bergantung kepada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya. Nasabah tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru nasabahlah yang memberikan kesempatan kepada kita untuk dapat melayani dia. Tidak senang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan nasabah, sebab nasabah adalah orang yang membawa kita kepada

pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan kita untuk dapat memperlakukan nasabah yang menguntungkan bagi nasabah dan juga buat perusahaan.

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka perusahaan harus mengenal betul karakter nasabah secara umum. Karakter nasabah sulit sekali untuk diidentifikasi, karena penampilan dan profesi tidak selalu dengan konsisten mencerminkan penampilan seseorang.

Untuk menilai karakter seorang nasabah dan meramalkan perilakunya di masa yang akan datang, bank hanya dapat menggunakan beberapa indikator. Indikator tersebut antara lain adalah profesi, penampilan, lingkungan, sosial, pengalaman, dan tindakan atau perilaku di masa lalu.

#### **b. Sifat-sifat nasabah**

Dalam melayani nasabah sebaiknya mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat yang berbeda, secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu keinginan dan kebutuhan yang selalu ingin memperoleh perhatian.

Menurut kasmir (2004 ; 207) sifat-sifat nasabah adalah sebagai berikut :

##### **a. Nasabah adalah Raja**

Pihak bank harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi keinginannya dan kebutuhan pelayanan

##### **b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.**

Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, bank berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

c. Tidak mau berdebat dan tidak mau tersinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang kebank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-sekali menyepelekan atau membiarkan nasabah. Berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah merasa benar-benar diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya, oleh karena itu, jika dibiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

## **7. Dasar-Dasar dan Sikap Pelayanan Nasabah**

### **a. Dasar-Dasar pelayanan Nasabah**

Dalam melaksanakan tugasnya, karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang pokok. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap *customer service* dibekali dasar-dasar pelayanan.

Menurut kasmir (2004:210) dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang *karyawan* adalah :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapih
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman dalam melayani nasabah tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Harus bersifat seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabh haruslah murah senyum dengan raut menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal. Pada saat nasabah datang harus segera menyapa dan menyapa dengan menyebut namanya.
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan nasabah.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar  
Artinya dalam komunikasi dengan nasabah gunakan bahasa yang baik dan benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus lebih jelas dalam arti mudah dipahami
6. Jangan menyelah atau memotong pembicaraan  
Pada saat nasabah sedang bicara, usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan kemudian hindarkan kalimat yang bersikap teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu, usahakan jangan berdebat.
7. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada maka minta bantuan.

Artinya jika ada pertanyaan yang ada permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu

#### **b. Sikap melayani nasabah**

Setelah mengerti sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabah pun harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan.

Kasmir (2004:211) berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah.

##### 1. Berikan kesempatan nasabah berbicara

Artinya petugas customer service memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

##### 2. Dengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya, customer service dengar dan menyimak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

##### 3. Jangan menyelah pembicaraan

Sebelum nasabah selesai petugas *customer service* dilarang memotong atau menyelah pembicaraan, usaha nasabah sudah selesai bicara baru petugas *customer service* menanggapi.

4. Ajukan pertanyaan selesai nasabah berbicara

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

5. Jangan marah dan mudah tersinggung

Cara, bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah, kemudian customer service jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi usahakan tetap sabar dalam melayani.

6. Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argument yang tidak diterima oleh nasabah.

7. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

Dalam melayani nasabh sikap sopan santun, ramah-tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabh yang kurang menyenangkan.

8. Jangan menangani hal-hal yang bukan pekerjaannya.

Sebaiknya petugas cutomer service jangan menangani tugas yang bukan menjadi wewengannya, serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

9. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu, oleh karena itu berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.

## **8. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Dewasa ini banyak perusahaana (terutama perusahaan jasa) menyatakan tujuan perusahaan adalah menjadi perusahaan yang terbaik dalam memuaskan pelanggannya. Cara pengungkapannya beragam, ada yang merumuskan dengan “pelanggan adalah raja”, “kepuasan pelanggan adalah tujuan kami”, “setia melayani anda”, “bagi kami anda yang utama”, dan lain sebagainya.

Fenomena ini tidak hanya terlihat di perusahaan swasta, bahkan di instansi pemerintah sekalipun banyak di jumpai slogan-slogan senada. Hal ini terjadi karena semakin disadari pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan kompetisi. Namun demikian untuk mewujudkan kepuasan nasabah secara menyeluruh bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3 - 5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10 - 15 orang lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan yang bersangkutan.

Kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Hal ini berarti bahwa penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Kasmir (2008 : 238) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atau penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Tjiptono (2005 : 349) mengemukakan bahwa : "Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa."

Sumarwan (2003 : 322) mengemukakan bahwa : "Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan



konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.”

Ketika konsumen membeli suatu produk, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*). Produk akan berfungsi sebagai berikut :

- a. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Jika ini terjadi, maka konsumen akan merasa puas.
- b. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut pun tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral.
- c. Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau nasabah mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau nasabah mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* dari pelanggan adalah harga yang

murah, maka nasabah akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Nasabah yang dihadapi saat ini semakin menyadari hak-haknya, sehingga tidak realistis bila suatu perusahaan tidak mengharapkan tidak ada pelanggannya yang tidak puas, sebaliknya perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh persepsi nasabah atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Nasabah merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah.

Secara sederhana, tingkat kepuasan seorang nasabah terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh nasabah bersangkutan atas tingkat manfaat yang dipersepsikan (*perceived*) telah diterimanya setelah mengkonsumsikan atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan (*expected*) sebelum pembelian jasa. Jika persepsi sama atau lebih besar dibandingkan harapan, maka nasabah akan merasa puas.

Kepuasan nasabah sangat bergantung pada persepsi dan harapan nasabah. Gasperz (dalam Nasution, 2005) mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan nasabah, adalah sebagai berikut :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan nasabah ketika sedang mencoba melakukan transaksi.

- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman

Komunikasi melalui iklan dan pemasaran mempengaruhi persepsi nasabah. Dari beragam pengertian kepuasan nasabah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan tanggapan perilaku, berupa evaluasi atau penilaian nasabah terhadap penampilan, kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini yang dapat menimbulkan kepuasan nasabah. Dan kepuasan nasabah ini sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perbankan.

## **B. Tinjauan Empirik**

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis mengacu dari penelitian yang telah dilakukan oleh Rezky Andryana Raden (2011) meneliti mengenai Analisis Standar Pelayanan Prima *Customer Service* dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis mengenai standar pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Sedangkan variabel standar pelayanan prima yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah sikap, alasannya karena

variabel sikap memiliki nilai koefisien regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel standar pelayanan prima lainnya.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wahyu Setiyono (2011) yang meneliti mengenai hubungan implementasi pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus KC Bank DKI Syariah Wahid Hasyid). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum hasil dari pengolahan data berdasarkan pendapat para responden Bank DKI Syariah dengan menggunakan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa variabel-variabel dari pelayanan prima berhubungan signifikan terhadap kepuasan nasabah KC Bank DKI Syariah.

Didapatkan hasil bahwa variabel yang paling dominan berhubungan signifikan terhadap kepuasan nasabah apabila diranking yaitu: tanggung jawab, ketepatan, tindakan, kemampuan, penampilan, sikap, perhatian dan kenyamanan.

Implementasi program pelayanan prima yang dilakukan oleh pihak Bank DKI Syariah, sesuai dengan variabel-variabel pelayanan prima yang diteliti, pada umumnya implementasi pelayanan prima yang dilakukan oleh pihak bank sudah baik dilakukan dalam melayani kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi, apabila dilihat dari segi variabel pelayanan prima yang digunakan dalam penelitian ini, seperti: kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, kenyamanan dan ketepatan pegawai/staff Bank DKI Syariah.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Erlando (2010) meneliti mengenai Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Pertamina 34-12708). Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh secara nyata secara bersama-sama

pada pelayanan prima yaitu kemampuan, penampilan, tindakan, tanggungjawab, ketepatan, sikap, perhatian, dan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina 34-12708 Jl. Kapten Tendean No. 8. Secara masing-masing variabel-variabel tersebut di atas memiliki pengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina 34-12708 dan variabel sikap, perhatian dan kenyamanan tidak mempunyai pengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina 34-12708 Jl. Pertamina Tendean No.8.

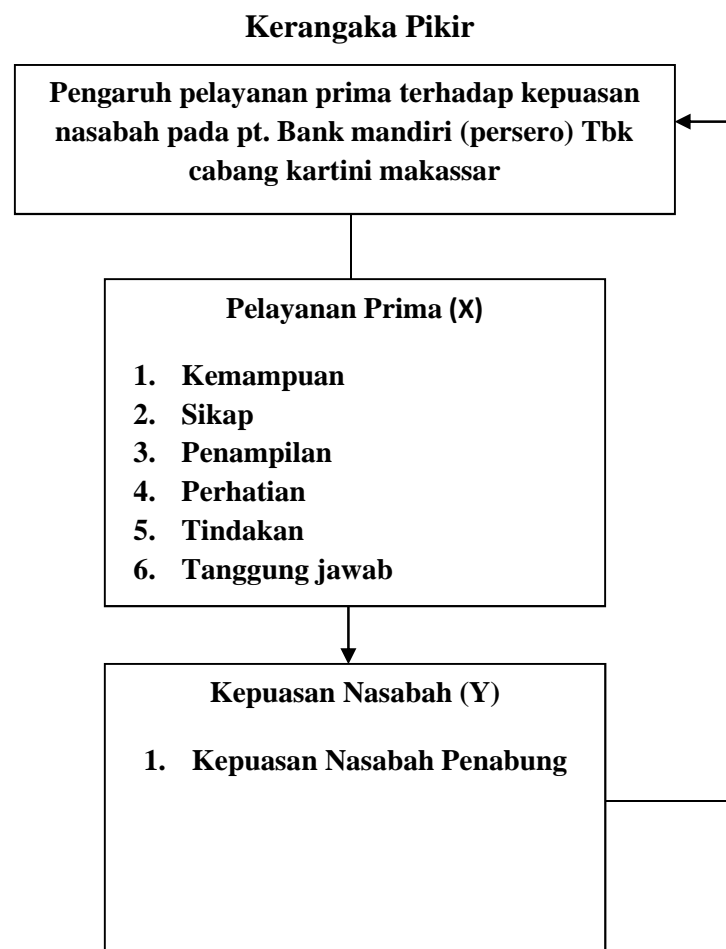
### **C. Kerangka pikir**

Salah satu upaya yang ingin dicapai oleh setiap bank dalam menjalankan aktivitas operasinya adalah peningkatan jumlah nasabah. Dimana dengan adanya peningkatan jumlah nasabah penabung maka akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Oleh karena itulah maka salah satu cara yang dilakukan oleh setiap bank dalam memberikan kepuasan bagi nasabah adalah dengan menerapkan pelayanan prima (*Service Excellence*). Menurut Barata dalam Wahyu (2011) bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang bermutu tinggi yang diberikan kepada konsumen, berdasarkan standar kualitas tertentu untuk memenuhi bahkan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Kemudian Wahyu (2011) yang meneliti mengenai pelaksanaan pelayanan prima dan kepuasan nasabah bank yang menemukan bahwa pelayanan prima yang diukur dengan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengukur pengaruh pelayanan prima terhadap

kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri, Tbk. Cabang Kartini Makassar.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka akan disajikan gambaran mengenai kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



**Gambar 2.1. Kerangka Pikir**

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh terhadap kepuasan

nasabah penabung, oleh karena itulah akan disajikan beberapa hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Diduga bahwa pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar.
2. Diduga bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar adalah kemampuan (*ability*).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat studi kasus yang berusaha menggambarkan secara jelas obyek yang diteliti sehingga diperoleh suatu kesimpulan memadai. Adapun objek penelitian ini adalah respon nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar mengenai kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab untuk kemudian dianalisis guna mengetahui signifikansi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah penabung.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. cabang Kartini Makassar yang berlokasi di Jalan R.A. Kartini No. 12-14 Makassar, sedangkan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan kurang lebih 2 bulan yaitu mulai dari bulan Februari sampai bulan Maret tahun 2017.

#### **C. Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini ditekankan pada nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar, dimana menurut data bahwa jumlah nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Kartini Makassar sebanyak 50.810 orang, sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, dimana menurut Husein (2003 : 146) yaitu :



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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Presesi

1 = Angka konstan

Dari rumusan tersebut di atas maka jumlah penentuan sampel dapat dilakukan melalui perhitungan berikut ini :

$$n = \frac{50.810}{1 + 50.810 (0,10)^2}$$

n = 99,80 atau dibulatkan menjadi 100 responden

Sedangkan teknik penarikan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan *random sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kriteria yaitu nasabah yang akan dijadikan responden adalah nasabah penabung.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis data**

Adapun jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data Kualitatif, adalah data yang diperoleh berupa keterangan keterangan atau informasi secara tertulis, yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, Cabang Kartini Makassar.

- b. Data kuantitatif berupa angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## 2. Sumber data

Adapun sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan serta wawancara langsung dengan pimpinan dan para karyawan yang ada relevansinya dengan objek penulisan, serta diperoleh dari responden dengan cara pengisian kuesioner yang disediakan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen serta literatur-literatur yang erat hubungannya dengan penulisan ini.

## E. Metode pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian pustaka (*library reseacrh*), yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan peninjauan pustaka dari berbagai literatur karya ilmiah, majalah, dan buku-buku yang menyangkut teori-teori yang relevan dengan masalah yang dibahas.
- b. Penelitian lapang (*Field research*), yaitu pengumpulan data yang berkaitan langsung dengan obyek penelitian yang dapat disesuaikan dengan judul skripsi yang diajukan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan baik berupa data

tertulis maupun data berupa dokumen-dokumen berkaitan dengan pembahasan tersebut. Adapun metode data lapang dengan cara yaitu :

1. Kusioner untuk mendapatkan data-data kuantitatif tentang variabel-variabel yang ingin diteliti.
2. Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab dengan para karyawan yang dianggap mampu dalam memberikan informasi data yang dibutuhkan.

## **F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### **1. Klasifikasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2010:59), variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai, objek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel didalam penelitian ini, yaitu :

- a. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), perhatian (X4), tindakan (X5) dan tanggung-jawab (X6)
- b. Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah penabung.

## 2. Definisi Operasional

pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah-tamah, adil cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memahami kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Adapun indikator pelayanan sebagai berikut :

- a. Kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation*.
- b. Sikap merupakan perilaku yang harus ditonjolkan ketika meng-hadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.
- c. Penampilan Merupakan kemampuan se-seorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan keper-cayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.
- d. Perhatian merupakan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun kerama-han atas saran dan kritikan seorang nasabah.
- e. Tindakan merupakan suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- f. Tanggung-Jawab merupakan sikap keberpiha-kan kepada pelanggan se-bagai wujud kepedulian meng-hindari-kan atau meminimal-kan kerugian atau ketidak-puasan pelanggan.

Kepuasan adalah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum dengan yang sesungguhnya diperoleh nasabah dari produk bank yang ditawarkan. Adapun indikator pelayanan sebagai berikut :

- a. Kepuasan Nasabah Penabung bahwa kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atau penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

## **G. Instrumen Penelitian**

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kusioner perlu dilakukan pengujian atas kusioner dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Karena validitas dan reabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kusioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan uji ini untuk instrumen penelitian (kusioner).

### **1. Uji validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kusioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam pengujian validitas dilakukan dengan

mengkorelasikan item pertanyaan dengan total score. Dalam penentuan keabsahan (valid) jawaban responden atas kuesioner, maka syarat minimum dikatakan suatu butir pertanyaan valid, apabila nilai  $r \geq 0,30$  (Sugiyono, 2008 : 126)

## **2. Uji reliabilitas**

Uji reabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Menurut Arikunto (1998:145). Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha yang dikemukakan oleh Arikunto (2002) dalam Priyatno (2009:25). Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.

## **H. Analisis Data**

Sehubungan dengan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis sebagai berikut :

### **1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu

perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. cabang Kartini Makassar .

Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan nasabah penabung

X1 = Kemampuan

X2 = Sikap

X3 = Penampilan

X4 = Perhatian

X5 = Tindakan

X6 = Tanggungjawab

$\beta_0$  = Nilai Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi

e = Kesalahan observasi atau pengganggu (merupakan bentuk variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti)

Teknik analisis yang digunakan sesuai model di atas adalah regresi berganda dimana nilai dari variabel dependen (kepuasan nasabah) dapat diperoleh dari hasil *survey* yang diperhitungkannya akan digunakan skala *Likert*.

Menurut (Umar 2003:137), skala *Likert* berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya sangat setuju, tidak setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden kemudian diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu.

Data yang berhasil dikumpulkan dari kusioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data orginal dengan bobot sampai 5, dengan kategori :

- a. Sangat setuju dengan point 5
- b. Setuju dengan point 4
- c. Cukup setuju dengan point 3
- d. Tidak setuju dengan point 2
- e. Sangat Tidak setuju dengan point 1

## **2. Uji f ( Uji serempak)**

Uji ini digunakan mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat . Dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Untuk lebih mudahnya, dapat dengan melihat probabilitas dan membandingkannya dengan taraf kesalahan ( ) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika probabilitasnya <



taraf kesalahan, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak, begitu pula sebaliknya.

### **3. Uji t ( uji Parsial)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  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**

### **SEJARAH DAN VISI MISI PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Exim and Bapindo—dilebur menjadi Bank Mandiri.

Masing-masing dari keempat legacy banks memainkan peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

Sejarah keempat Bank (BBD, BDN, Bank Exim, dan Bapindo) tersebut sebelum bergabung menjadi Bank Mandiri, dapat ditelusuri lebih dari 140 tahun yang lalu.

Keempat bank nasional tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan dunia perbankan Indonesia, dan masing-masing telah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

#### **BANK DAGANG NEGARA**

Bank Dagang Negara merupakan salah satu bank tertua di Indonesia. Sebelumnya Bank Dagang Negara dikenal sebagai Nederlandsch Indische Escompto Maatschappij yang didirikan di Batavia (Jakarta) pada tahun 1857.

Pada tahun 1949 namanya berubah menjadi Escomptobank NV. Selanjutnya, pada tahun 1960 Escomptobank dinasionalisasi dan berubah nama

menjadi Bank Dagang Negara, sebuah Bank pemerintah yang membiayai sektor industri dan pertambangan.

### **BANK BUMI DAYA**

Bank Bumi Daya didirikan melalui suatu proses panjang yang bermula dari nasionalisasi sebuah perusahaan Belanda De Nationale Handelsbank NV, menjadi Bank Umum Negara pada tahun 1959. Pada tahun 1964, Chartered Bank (sebelumnya adalah Bank milik Inggris) juga dinasionalisasi, dan Bank Umum Negara diberi hak untuk melanjutkan operasi Bank tersebut. Pada tahun 1965, bank umum negara digabungkan ke dalam Bank Negara Indonesia dan berganti nama menjadi Bank Negara Indonesia Unit IV beralih menjadi Bank Bumi Daya.

### **BANK EKSPOR IMPOR INDONESIA**

Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim) berawal dari perusahaan dagang Belanda N.V. Nederlansche Handels Maatschappij yang didirikan pada tahun 1842 dan mengembangkan kegiatannya di sektor perbankan pada tahun 1870. Pemerintah Indonesia menasionalisasi perusahaan ini pada tahun 1960, dan selanjutnya pada tahun 1965 perusahaan ini digabung dengan Bank Negara Indonesia menjadi Bank Negara Indonesia Unit II. Pada tahun 1968 Bank Negara Indonesia Unit II dipecah menjadi dua unit, salah satunya adalah Bank Negara Indonesia Unit II Divisi Ekspor – Impor, yang akhirnya menjadi Bank Exim, bank Pemerintah yang membiayai kegiatan ekspor dan impor.

### **BANK PEMBANGUNAN INDONESIA**

Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) berawal dari Bank Industri Negara (BIN), sebuah Bank Industri yang didirikan pada tahun 1951. Misi Bank Industri Negara adalah mendukung pengembangan sektor – sektor ekonomi tertentu, khususnya perkebunan, industri, dan pertambangan. Bapindo dibentuk sebagai bank milik negara pada tahun 1960 dan BIN kemudian digabung dengan Bank Bapindo. Pada tahun 1970, Bapindo ditugaskan untuk membantu pembangunan nasional melalui pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang pada sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata.

#### **B. Visi dan Misi Organisasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.**

##### ❖ Visi

“Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling di kagumi dan selalu progresif”

##### ❖ Misi

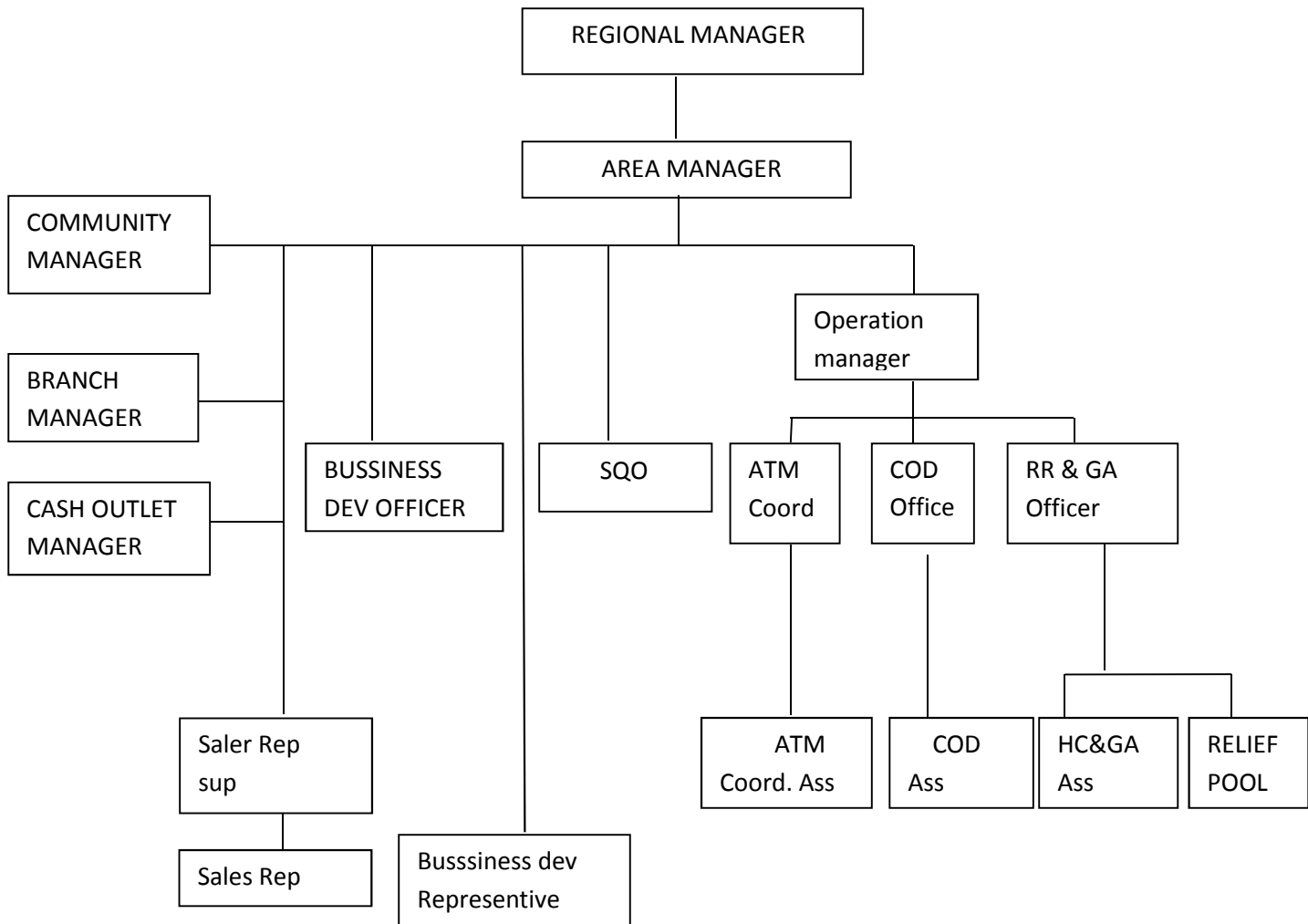
- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
- Mengembangkan sumber daya manusia profesional
- Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
- Melaksanakan manajemen terbuka
- Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

#### **C. Struktur Organisasi Bank Mandiri**

Struktur organisasi selengkapnya, Bank Mandiri Cabang Kartini Makassar dapat dilihat melalui skema berikut ini :

**STRUKTUR ORGANISASI PT.BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk.**

**CABANG KARTINI MAKASSAR**



**Gambar 4.1. Struktur Organisasi**

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini meliputi deskripsi identitas responden yang meliputi karakteristik responden berdasarkan usia responden, jenis kelamin, jenjang pendidikan, dan pekerjaan. Bagian selanjutnya akan dibahas mengenai distribusi tabel pada tiap-tiap variabel. Dengan deskripsi ini maka diharapkan akan memberikan gambaran secara menyeluruh tentang aspek-aspek penting yang mencerminkan variabel yang diuji yaitu pelayanan prima yang terdiri dari : kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab terhadap kepuasan nasabah penabung. Kemudian pada bagian terakhir akan disajikan analisis hubungan dari masing-masing variabel tersebut.

#### **B. Pembahasan**

##### **1. Deskripsi Identitas Responden**

Deskripsi responden penelitian merupakan karakteristik responden yang memberikan interpretasi terhadap obyektivitas dari penelitian mengenai “Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar.” Deskripsi profil responden ditentukan sebesar 100 orang responden.

Deskripsi profil responden dibagi menjadi 4 bagian yakni menurut : umur responden, jenis kelamin, jenjang pendidikan dan pekerjaan. Sedangkan

deskripsi profil responden bertujuan untuk menentukan kelayakan responden dalam memberikan informasi terhadap pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner yang diajukan kepada responden sesuai dengan tingkat kepentingan dalam penelitian.

Data-data yang diperoleh diolah dengan menggunakan tabulasi silang sehingga dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh dan terperinci jumlah total dari setiap item yang dipertanyakan sehingga akan mudah untuk diinterpretasikan secara kuantitatif. Untuk lebih jelasnya hasil distribusi frekuensi responden menurut umur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.1  
Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

<b>Umur</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 25 tahun	17	17%
26 - 35 Tahun	37	37%
35 - 45 Tahun	38	38%
>46 Tahun	8	8%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan bahwa rata-rata usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah berumur antara 35-45 tahun yaitu sebanyak 38 orang (38%), kemudian disusul oleh responden yang berumur antara 26-35 tahun sebanyak 37 orang (37%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-

rata usia nasabah pada pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar. dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah berumur antara 35-45 tahun.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat melalui table berikut ini:

Tabel 5.2  
Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pria	52	52
Wanita	48	48
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.2 menunjukkan bahwa sebagian besar jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah pria yakni sebanyak 52 orang (52%), sedangkan wanita sebanyak 48 orang (48%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenis kelamin nasabah pada pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pria.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan jenjang pendidikan yang dapat dilihat melalui pada tabel 5.3 :



Tabel 5.3  
Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA	31	31%
Akademi	9	9%
Sarjana	58	58%
Pasca Sarjana	2	2%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa sebagian besar jenjang pendidikan yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini adalah sarjana yakni sebanyak 58 orang (58%), kemudian disusul oleh responden yang mempunyai jenjang pendidikan SMA yakni sebanyak 31 orang (31%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenjang pendidikan yang dimiliki oleh nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sarjana.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat melalui tabel 5.4 :

Tabel 5.4  
Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	18	18%
Pegawai Negeri Sipil	24	24%
Karyawan Swasta	13	13%
Pengusaha	16	16%
Lainnya	29	29%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa sebagian besar jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah lainnya yang meliputi ibu rumah tangga, TNI, polisi, pensiunan, dan lain-lain yakni sebanyak 29 orang (29%), kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil dengan jumlah responden sebanyak 24 orang (24%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata pekerjaan nasabah penabung pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah lainnya meliputi meliputi ibu rumah tangga, TNI, polisi, pensiunan, dan lain-lain.

## **2. Deskriptif Variabel Penelitian mengenai Pengaruh Pelayanan Prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggungjawab) terhadap Kepuasan Nasabah Penabung**

Untuk menunjang kepuasan nasabah khususnya pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar, maka upaya yang dilakukan oleh setiap perbankan adalah peningkatan pelayanan prima bagi setiap karyawan yang diberikan kepada nasabah.

Adapun pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar, agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah adalah dengan menerapkan pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab yang dilakukan oleh setiap karyawan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar, dimana tujuan yang ingin dicapai dengan adanya pelayanan prima (*service excellence*) tersebut adalah untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itulah untuk melihat sejauh mana pengaruh pelayanan prima yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar kepada setiap nasabah. Untuk lebih jelasnya akan disajikan hasil tanggapan responden mengenai pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) yang dapat dilihat melalui tabel 5.5 :

Tabel 5.5  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Kemampuan

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Karyawan PT. Bank Mandiri memiliki kemampuan/pengetahuan yang memadai mengenai produk-produk mandiri	0	0	4	40	56
2. Karyawan Bank Mandiri mampu berkomunikasi baik dengan nasabah	0	0	2	32	66
3. Karyawan Bank Mandiri memiliki kemampuan dalam menjelaskan prospek dari Bank Mandiri	0	0	8	29	63
4. Karyawan Bank Mandiri memiliki kompetensi mengenai sistem dalam perbankan.	0	0	6	38	56

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel kemampuan, sebagaimana tampak pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju, hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan PT. Bank Mandiri kemampuan/pengetahuan yang memadai mengenai produk-produk Mandiri, maka sebanyak 56% responden yang menyatakan sangat setuju. Kemudian sebanyak 66% menyatakan sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri mampu berkomunikasi baik dengan nasabah. Kemudian sebanyak 63% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa karyawan Bank Mandiri memiliki kemampuan dalam menjelaskan prospek dari Bank Mandiri, sedangkan sebanyak 56% responden memberikan sangat setuju dengan

pernyataan karyawan Bank Mandiri memiliki kompetensi mengenai sistem dalam perbankan.

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel sikap yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5.6  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Sikap

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Sikap karyawan Bank Mandiri dapat membuat nasabah merasa aman	0	0	4	42	54
2. Karyawan Bank Mandiri selalu bersikap ramah dan sopan terhadap nasabah	0	0	4	34	62
3. Karyawan Bank Mandiri selalu memberikan sambutan selamat datang pada saat anda datang ke bank	0	0	6	41	53
4. Karyawan Bank Mandiri selalu memberikan perhatian penuh terhadap nasabah	0	0	6	26	68
5. Karyawan Bank Mandiri ikhlas dalam membantu atau melayani kebutuhan informasi para nasabah	0	0	5	31	64

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel sikap, menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti, maka sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju, hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa sikap karyawan Bank Mandiri dapat membuat nasabah merasa aman, maka sebanyak 54% responden memberikan jawaban sangat setuju, kemudian sebanyak 62% responden memberikan jawaban sangat setuju bahwa karyawan Bank Mandiri selalu bersikap ramah dan

sopan terhadap nasabah. Sebanyak 53% responden memberikan jawaban sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri selalu memberikan sambutan selamat datang pada saat anda datang ke bank.

Pernyataan bahwa karyawan Bank Mandiri selalu memberikan perhatian penuh terhadap nasabah, maka didominasi jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju yakni sebanyak 68%, sedangkan sebanyak 64% responden yang memberikan sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri ikhlas dalam membantu/melayani kebutuhan informasi para nasabah.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel penampilan yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.7  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Penampilan

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja	0	0	3	34	63
2. Karyawan Bank Mandiri tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja	2	5	17	37	39

Sumber: Data Diolah, 2017

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel penampilan, menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti, maka sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju, hal ini dapat dilihat jumlah responden sebanyak 63% memberikan sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja, kemudian

sebanyak 39% responden yang memberikan jawaban sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel perhatian yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.8  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Perhatian

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan nasabah	0	1	6	33	60
2. Karyawan Bank Mandiri senantiasa membantu nasabah yang menghadapi masalah dalam bertransaksi	0	0	5	35	60
3. Karyawan Bank Mandiri selalu menjalin hubungan dengan nasabah secara baik dan terus menerus	0	0	7	33	60
4. Karyawan Bank Mandiri selalu bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan nasabah	0	1	5	32	62

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel perhatian, nampak bahwa rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju, hal ini dapat diperincikan bahwa sebanyak 60% responden memberikan jawaban sangat setuju bahwa karyawan Bank Mandiri selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan nasabah, kemudian pernyataan bahwa karyawan Bank Mandiri selalu senantiasa membantu nasabah yang menghadapi masalah dalam bertransaksi dengan jumlah responden sebanyak 60% memberikan jawaban sangat setuju, kemudian sebanyak 60% responden

memberikan jawaban sangat setuju bahwa karyawan Bank Mandiri selalu menjalin hubungan dengan nasabah secara baik dan terus menerus, sedangkan karyawan Bank Mandiri selalu bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan nasabah sebanyak 62% responden memberikan jawaban sangat setuju.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel tindakan yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5.9  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Tindakan

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan nasabah	2	0	6	31	61
2. Karyawan Bank Mandiri tidak pernah menyatakan sibuk dalam melayani nasabah.	2	1	4	25	
3. Karyawan Bank Mandiri memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah nasabah.	0	2	5	23	70
4. Karyawan Bank Mandiri memiliki tindakan yang luwes dalam melayani.	1	0	8	30	61
5. Karyawan Bank Mandiri tidak memilih-milih nasabah yang akan dilayani.	0	3	5	34	58

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.9 nampak bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju mengenai variabel tindakan, hal ini dapat dilihat sebanyak 61% responden memberikan jawaban sangat setuju bahwa karyawan Bank Mandiri memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam



merespon keluhan nasabah, karyawan Bank Mandiri tidak pernah menyatakan sibuk dalam melayani nasabah, didominasi jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju yakni sebanyak 68%, kemudian karyawan Bank Mandiri memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah nasabah sebagian besar jawaban responden adalah sangat setuju yakni sebanyak 70%, karyawan Bank Mandiri memiliki tindakan yang luwes dan cekatan dalam melayani sebanyak 61% responden memberikan jawaban sangat setuju.

Sedangkan sebanyak 58% responden yang memberikan jawaban sangat setuju bahwa karyawan Bank Mandiri tidak memilih-milih nasabah yang akan dilayani.

akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel tanggungjawab yang dapat dilihat melalui tabel 5.10

Tabel 5.10  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Tanggungjawab

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
Karyawan Bank Mandiri tidak istirahat saat sedang melayani nasabah.	1	0	9	27	63
Karyawan Bank Mandiri mem-berikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah.	0	1	7	21	71
Karyawan Bank Mandiri dapat dipercaya dalam mengelola uang dan menjamin keamanan nasabah	0	1	5	29	65

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.10 tanggapan responden mengenai variabel tanggungjawab maka dari 100 responden yang diteliti rata-rata memberikan jawaban sangat setuju, hal ini dapat dilihat bahwa sebanyak 63% responden

memberikan jawaban sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri tidak istirahat saat sedang melayani nasabah, pernyataan bahwa karyawan Bank Mandiri memberikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah sebanyak 71% memberikan jawaban sangat setuju, kemudian sebanyak 65% responden yang memberikan jawaban sangat setuju mengenai karyawan Bank Mandiri dapat dipercaya dalam mengelola uang dan menjamin keamanan nasabah.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel kepuasan nasabah yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.11  
Deskripsi Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (%)</b>	<b>TS (%)</b>	<b>CS (%)</b>	<b>S (%)</b>	<b>SS (%)</b>
1. Selama menabung di PT. Bank Mandiri Cabang Kartini saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan	0	1	6	19	74
2. Saya merasa aman menabung di Bank mandiri dibandingkan di bank lainnya	0	0	5	24	71
3. Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah ke bank lainnya	0	2	8	22	68
4. Saya akan merekomendasikan Bank Mandiri kepada orang lain agar menabung di Bank Mandiri	6	4	2	22	66

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel kepuasan nasabah, maka didominasi jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju, hal ini dapat dilihat sebanyak 74% responden yang memberikan jawaban sangat setuju bahwa selama menabung di PT. Bank Mandiri Cabang Kartini saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan, kemudian sebanyak 71%

responden memberikan jawaban sangat setuju bahwa saya merasa aman menabung di Bank Mandiri dibandingkan di bank lainnya. Sebanyak 68% responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan pernyataan bahwa Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah ke bank lainnya sedangkan sebanyak 66% responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan pernyataan bahwa Saya akan merekomendasikan Bank Mandiri kepada orang lain agar menabung di Bank Mandiri

### **3. Uji Instrumen Penelitian**

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Karena validitas dan reabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarakan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan uji ini untuk instrumen penelitian (kuesioner). Untuk lebih jelasnya dapat disajikan pembahasan mengenai uji validitas dan reliabilitas yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan item pertanyaan dengan total score. Dalam penentuan keabsahan (valid) jawaban responden atas kuesioner, maka syarat minimum dikatakan suatu butir pertanyaan valid, apabila nilai  $r \geq 0,30$  (Sugiyono, 2008 : 126).

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut, maka dapat disajikan hasil uji validitas dengan *korelasi bivariate pearson* yang dapat dilihat pada tabel 5.12 berikut ini:

Tabel 5.12  
 Hasil Pengujian Validitas atas Butir Item Pertanyaan

Variabel Penelitian	Korelasi	RStandar	Valid/Tidak Valid
1. Kemampuan			
a. V1.1	0.574	0,30	Valid
b. V1.2	0.572	0,30	Valid
c. V1.3	0.757	0,30	Valid
d. V1.4	0.737	0,30	Valid
2. Sikap			
a. V2.1	0.551	0,30	Valid
b. V2.2	0.638	0,30	Valid
c. V2.3	0.620	0,30	Valid
d. V2.4	0.719	0,30	Valid
e. V2.5	0.705	0,30	Valid
3. Penampilan			
a. V3.1	0.034	0,30	Tidak Valid
b. V3.2	0.034	0,30	Tidak Valid
4. Perhatian			
a. V4.1	0.669	0,30	Valid
b. V4.2	0.601	0,30	Valid
c. V4.3	0.601	0,30	Valid
d. V4.4	0.758	0,30	Valid
5. Tindakan			
a. V5.1	0.706	0,30	Valid
b. V5.2	0.665	0,30	Valid
c. V5.3	0.729	0,30	Valid
d. V5.4	0.643	0,30	Valid
e. V5.5	0.562	0,30	Valid
6. Tanggungjawab			
a. V6.1	0.601	0,30	Valid
b. V6.2	0.666	0,30	Valid
c. V6.3	0.521	0,30	Valid
7. Kepuasan Nasabah			
a. V7.1	0.742	0,30	Valid
b. V7.2	0.665	0,30	Valid
c. V7.3	0.778	0,30	Valid
d. V7.4	0.728	0,30	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS 20

Berdasarkan hasil pengujian validitas atas pelayanan prima (*service excellence*) dengan 6 jumlah variabel yakni: kemampuan dengan 4 item

pernyataan semuanya sudah valid, kemudian variabel sikap dengan 5 item pernyataan juga sudah valid, tetapi variabel penampilan dengan 2 item pernyataan nampak tidak valid, sedangkan variabel perhatian dengan 4 item pernyataan sudah valid, variabel tindakan dengan jumlah item pernyataan ada 5 dan semuanya sudah valid, kemudian variabel tanggungjawab dengan 3 item pernyataan nampak bahwa semua item sudah valid serta kepuasan nasabah dengan jumlah item pernyataan ada 4 nampak bahwa semua item pernyataan sudah valid, maka dapat disimpulkan bahwa dari 27 item pernyataan yang diajukan maka 25 item pernyataan sudah valid atau sah karena memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,30 sedangkan ada 2 item pernyataan yang tidak valid atau tidak sah karena memiliki nilai korelasi kurang dari 0,30.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Menurut Arikunto (1998:145) untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha yang dikemukakan oleh Arikunto (2002) dalam Priyatno (2009:25). Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas dapat disajikan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS yang dapat dilihat melalui berikut ini:

Tabel 5.13  
Hasil Pengujian Reliabilitas atas Butir Item Pertanyaan

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Reliabel/Tidak Reliabel
1. Kemampuan	0.830	Reliabel
2. Sikap	0.841	Reliabel
3. Penampilan	0.056	Tidak Reliabel
4. Perhatian	0.829	Reliabel
5. Tindakan	0.849	Reliabel
6. Tanggungjawab	0.762	Reliabel
7. Kepuasan Nasabah	0.842	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS 20

Berdasarkan tabel 5.13 yakni hasil pengujian reliabilitas untuk 27 item pernyataan, nampak bahwa dari 27 item pernyataan yang diuji, ada 2 item tidak reliabel sebab memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* kurang dari 0,60 yakni variabel penampilan sebesar 0,066 sedangkan 25 item pernyataan lainnya reliabel sebab memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* melebihi 0,60, hal ini dapat diperincikan bahwa untuk variabel kemampuan reliabel sebab memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,827, untuk variabel sikap memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,841, untuk variabel perhatian memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,830, untuk variabel

tindakan memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,850, kemudian untuk variabel tanggungjawab memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,762 dan untuk variabel kepuasan nasabah reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,875. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ada 2 item pernyataan yaitu variabel penampilan tidak reliabel dan 5 item pernyataan lainnya yang diajukan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* melebihi 0,60

#### **4. Regresi Berganda Mengenai Pelayanan Prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, dan Tanggungjawab) terhadap Kepuasan Nasabah**

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS 20. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh pelayanan prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, dan Tanggungjawab) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. cabang Kartini Makassar.

Oleh karena itulah dapat disajikan hasil olahan data regresi dengan menggunakan program SPSS 20 yang dapat dilihat pada berikut ini:



Tabel 5.14  
Uji Regresi Berganda dengan SPSS 20

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.141	1.665		-3.088	.003
1 X1	.059	.119	.044	.492	.624
X2	.258	.107	.231	2.425	.017
X3	.191	.139	.083	1.371	.174
X4	.088	.127	.067	.694	.490
X5	.261	.106	.258	2.470	.015
X6	.527	.151	.318	3.489	.001

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan Nasabah)

Untuk melihat berapa besar pengaruh secara parsial keenam variabel Pelayanan Prima yakni: kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab yang mempengaruhi kepuasan nasabah, maka persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -5,141 + 0,044 + 0,231 + 0,083 + 0,067 + 0,258 + 0,318$$

Hasil persamaan regresi tersebut di atas dapat diinterpretasikan bahwa:  $b_0 = -5,141$  yang artinya nilai konstan, tanpa adanya kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab maka kepuasan nasabah sebesar -5,141%, kemudian nilai  $b_1 = 0,044$  yang artinya dengan adanya peningkatan kemampuan karyawan maka akan diikuti terhadap peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,044%, untuk nilai  $b_2 = 0,231$  yang diartikan bahwa apabila tanggapan responden mengenai sikap meningkat maka dapat memberikan kepuasan bagi nasabah sebesar 0,231%, nilai  $b_3 = 0,083$  yang diartikan bahwa apabila tanggapan responden mengenai penampilan meningkat

maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,083%, kemudian  $b_4=0,067$  yang diartikan bahwa apabila tanggapan responden mengenai perhatian meningkat maka akan kepuasan bagi nasabah akan meningkat pula sebesar 0,067%, kemudian nilai  $b_5=0,258$  yang diartikan bahwa apabila tanggapan responden mengenai tindakan meningkat maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah sebesar 0,258%, kemudian nilai  $b_6=0,318$  yang diartikan bahwa apabila tanggapan responden mengenai tanggungjawab meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,318%.

Dari hasil analisis regresi tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel *service excellence* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar adalah tanggungjawab, hal ini disebabkan karena variabel tanggungjawab mempunyai nilai beta yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel pelayanan prima lainnya.

Kemudian akan disajikan hasil analisis korelasi berganda yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.15  
Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 <sup>a</sup>	.718	.700	1.412

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 20

Berdasarkan tabel 5.15 yakni hasil analisis korelasi berganda maka diperoleh angka R sebesar 0,848, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah, sebab nilai  $R = 0,848$  atau mendekati 1. Kemudian nilai  $R^2$  ( $R_{\text{square}}$ ) sebesar 0,718 (71,8%), hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab) mampu menjelaskan sebesar 71,8% variasi variabel kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 28,2%.

Kemudian standar *error of the estimated* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan kepuasan nasabah (Y). Dari hasil analisis regresi maka diperoleh nilai standar *error of the estimated* sebesar 1,412. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya kesalahan dalam memprediksi kepuasan nasabah dapat ditentukan sebesar 1,412, karena standar error of the estimated kecil, maka dapatlah disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sudah baik.

## **5. Pengujian Hipotesis**

Kemudian akan disajikan uji signifikan dan uji simultan dari hasil penelitian ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

### **a. Uji Parsial**

ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel

terikatnya. Apabila dengan melihat probabilitas dan membandingkan dengan taraf kesalahan ( ) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika  $\text{value} < \text{taraf kesalahan}$ , maka dapat dikatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Sebaliknya, jika  $\text{value} > \text{taraf kesalahan}$  maka dapat dikatakan tidak signifikan. Berdasarkan hasil analisis regresi antara kemampuan ( $X_1$ ), sikap ( $X_2$ ), penampilan ( $X_3$ ), perhatian ( $X_4$ ), tindakan ( $X_5$ ), dan tanggungjawab ( $X_6$ ), terhadap kepuasan nasabah maka dapat diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 5.16  
Uji signifikan dalam Pengujian Hipotesis

X	Y	value	Signifikan/tidak signifikan
$X_1$	Y	0,624	Tidak signifikan
$X_2$	Y	0,017	Signifikan
$X_3$	Y	0,174	Tidak signifikan
$X_4$	Y	0,490	Tidak signifikan
$X_5$	Y	0,015	Signifikan
$X_6$	Y	0,001	Signifikan

1. Uji signifikan kemampuan dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara kemampuan dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $\text{value}=0,624$ . Dengan demikian pengaruh kemampuan dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan tidak signifikan sebab memiliki nilai  $\text{value}=0,624 > 0,05$ .

2. Uji signifikan sikap dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara sikap dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $value=0,017$ , hal ini dapat dikatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebab memiliki nilai  $value=0,017 < 0,05$ .

3. Uji signifikan penampilan dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara penampilan dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $value=0,174$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penampilan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Uji signifikan perhatian dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara perhatian dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $value=0,490$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perhatian mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Uji signifikan tindakan dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara tindakan dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $value=0,015$ , hal ini dapat dikatakan bahwa tindakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Uji signifikan tanggungjawab dengan kepuasan nasabah

Dalam uji signifikan antara tanggungjawab dengan kepuasan nasabah, diperoleh nilai  $value=0,001$ , hal ini dapat dikatakan bahwa tanggungjawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**b. Uji Simultan**

Uji ini digunakan mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana  $F_{hitung} >$

$F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Untuk lebih mudahnya, dapat dengan melihat probabilitas dan membandingkannya dengan taraf kesalahan ( ) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika probabilitasnya  $<$  taraf kesalahan, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian yang dilakukan maka dalam uji simultan digunakan pengujian serempak (uji F), dimana dari uji anova atau  $F_{test}$  diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 39.526 dan  $F_{tabel} = 2,198$  dan selain itu memiliki nilai  $value < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena nilai prob ( $0,000$ ) jauh lebih kecil dari  $=0,05$  maka model regresi dapat dipakai dalam memprediksi kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab maka akan berdampak secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.Cabang Kartini Makassar.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai layanan prima terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero Tbk. Cabang Kartini Makassar, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

- 1) Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel sikap ( $X_2$ ), tindakan ( $X_5$ ), dan tanggungjawab ( $X_6$ ) menunjukan pengaruh yang signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya. Sedangkan variabel kemampuan ( $X_1$ ), penampilan ( $X_3$ ), dan perhatian ( $X_4$ ) menunjukan pengaruh yang tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.
- 2) Dari keenam variabel yakni (kemampuan ( $X_1$ ), sikap( $X_2$ ), penampilan( $X_3$ ), perhatian( $X_4$ ), tindakan( $X_5$ ), dan tanggungjawab( $X_6$ )) yang telah diuji maka variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar adalah tanggungjawab ( $X_6$ ) dengan nilai constant beta 0,318. Hal ini disebabkan karena besarnya tanggungjawab yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah penabung. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.

#### **B. Saran**

Saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah :

- 1) Disarankan agar perlunya perusahaan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar perlu lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya hal ini dimaksudkan agar nasabah dapat puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- 2) Mengingat bahwa variabel Pelayanan Prima yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah tanggungjawab, maka disarankan agar karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar. senantiasa memberikan tanggungjawab atas pelayanan kepada nasabah, tidak istirahat saat sedang melayani nasabah, memberikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah, serta dapat dipercaya dalam mengelola uang dan menjamin keamanan nasabah.
- 3) Untuk peneliti lanjutan menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dalam objek penelitian yang lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler.2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Ali Alaxander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Amstrong dan Kotler, 1997, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi ketiga, Jakarta:Erlangga.
- Barata, Atep Adya, 2006, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan ketiga, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*.Yogyakarta :BPEE.
- Batinggi, ahmad dan Badu ahmad (2008). *Manajemen Pelayanan Umum STIA- LAN*.
- Erlando, 2010, *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Pertamina 34-12708)*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Hamacher V.C, Vranesic Z.G and Zaky S.G. 2009. *Computer Organization*, 2<sup>nd</sup> Edition, Guidefor IT Professionals”,
- Hasibuan Melayu S.P.2002. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Kasmir, 2005. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_,2004. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_,2004. *Etika Customer Service*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- \_\_\_\_\_, MM. 2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor :81 Tahun 1993 *Tentang pedoman tata laksana pelayanan umum.1993*. Jakarta : Departemen Pendayagunaan Aparatur Indonesia.
- Kotler, Philip.1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, jilid I edisi ke sembilan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Moenir H.A.S (2000). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.

- Rezky Andryana Raden, 2011, *Analisis Standar Pelayanan Prima Customer Service dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.*
- Robert H.Blissmer.2009.Computer Annual, *An Introduction to Information System 1985-1986* (2<sup>nd</sup> Edition), John Willey & Sons.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar kanuk.2004. *Consumer Behaviour*, fifth Editions. New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Setiadi,Nugroho J.2003. *Perilaku konsumen : konsep dan implikasinya untuk strategi dan penelitian pemasaran.* Jakrta:Prenada Medi.
- Sekaran, Uma, 2006, *Reseach methods for bussiness, Metodologi penelitian untuk bisnis*, buku dua, edisis ke empat, Jakarta : salemba empat.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : CV. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005 *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, cetakan pertama, Bayu Media, Malang
- Undang-undang RI nomor.10 tahun 1998.*Tentang Perbankan.* Jakarta : Bank Indonesia.
- Umar Husain, 2003, *Riset pemasaran dan prilaku konsumen*, cetakan ke tiga, Jakarta : Gramedia Pustaka utama.
- \_\_\_\_\_. 2003 *Studi Kelayakan bisnis*, edisi kedua, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyu Setiyono, 2011, *Hubungan Implementasi Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus KC Bank DKI Syariah Wahid Hasyid).*

## **Lampiran 2 : Kusioner**

### **K U E S I O N E R**

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner  
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Kartini Makassar  
Kepada Yth : Bapak/Ibu/Sdr. Nasabah

Dengan hormat,

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini akan menguji Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr(i) agar meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Artinya semua jawaban yang diberikan adalah benar, dan jawaban yang diminta adalah sesuai dengan kondisi yang dirasakan oleh Bapak/Ibu/Sdr(i) selama ini.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya, saya mengucapkan terima kasih.

Makassar,  
Hormat Saya,

AKSEL

Tanggapan Anda mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kartini Makassar

Identitas Bapak/Ibu/Sdr(i).

1. Usia responden

< 25 tahun

26 – 35 tahun

36 – 45 tahun

di atas 46 tahun

2. Jenis kelamin

Pria

Wanita

3. Jenis Pendidikan

SMA

Akademi

Sarjana

Pasca Sarjana

4. Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa

Pegawai Negeri Sipil

Karyawan Swasta

Pengusaha

Lainnya

**Pilihlah salah satu jawaban pertanyaan di bawah ini yang dianggap paling tepat dengan memberi tanda**

Pilih jawaban:	Nilai
a. Sangat tidak setuju (STS)	: 1
b. Tidak setuju (TS)	: 2
c. Cukup setuju (CS)	: 3
d. Setuju (S)	: 4
e. Sangat setuju (SS)	: 5

**VARIABEL KEMAMPUAN (X1)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Karyawan PT. Bank Mandiri memiliki kemampuan/pengetahuan yang memadai mengenai produk-produk mandiri					
2. Karyawan Bank Mandiri mampu berkomunikasi baik dengan nasabah					
3. Karyawan Bank Mandiri memiliki kemampuan dalam menjelaskan prospek dari Bank Mandiri					
4. Karyawan Bank Mandiri memiliki kompetensi mengenai sistem dalam perbankan.					

**VARIABEL SIKAP (X2)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Sikap karyawan Bank dapat membuat nasabah merasa aman					
2. Karyawan Bank selalu bersikap ramah dan sopan terhadap nasabah					
3. Karyawan Bank selalu memberikan sambutan selamat datang pada saat anda datang ke bank					
4. Karyawan Bank selalu memberikan perhatian penuh terhadap nasabah					
5. Karyawan Bank Mandiri ikhlas dalam membantu atau melayani kebutuhan informasi para nasabah					

**VARIABEL PENAMPILAN (X3)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja					
2. Karyawan Bank tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja					

**VARIABEL PERHATIAN (X4)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan nasabah					
2. Karyawan Bank Mandiri senantiasa membantu nasabah yang menghadapi masalah dalam bertransaksi					
3. Karyawan Bank Mandiri selalu menjalin hubungan dengan nasabah secara baik dan terus menerus					
4. Karyawan Bank Mandiri selalu bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan nasabah					

**VARIABEL TINDAKAN (X5)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan nasabah					
2. Karyawan Bank Mandiri tidak pernah menyatakan sibuk dalam melayani nasabah.					
3. Karyawan Bank Mandiri memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah nasabah.					
4. Karyawan Bank Mandiri memiliki tindakan yang luwes dalam melayani.					
5. Karyawan Bank Mandiri tidak memilih-milih nasabah yang akan dilayani.					

**VARIABEL TANGGUNGJAWAB (X6)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Karyawan Bank Mandiri tidak istirahat saat sedang melayani nasabah.					
2. Karyawan Bank Mandiri mem-berikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah.					
3. Karyawan Bank Mandiri dapat dipercaya dalam mengelola uang dan menjamin keamanan nasabah					

**VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>STS (1)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>CS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>SS (5)</b>
1. Selama menabung di PT. Bank Mandiri Cabang Kartini saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan					
2. Saya merasa aman menabung di Bank mandiri dibandingkan di bank lainnya					
3. Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah ke bank lainnya					
4. Saya akan merekomendasikan Bank Mandiri kepada orang lain agar menabung di Bank Mandiri					

Lampiran 3: Tabulasi Kuesioner

TABULASI KUESIONER

NO	Umur	JK	JP	Pekerjaan	X1					X2					x3			x4					x5					x6				Y						
					1	2	3	4	Tot	1	2	3	4	5	Tot	1	2	Tot	1	2	3	4	Tot	1	2	3	4	5	Tot	1	2	3	Tot	1	2	3	4	Tot
1	1	2	1	1	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	4	4	8	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
2	2	2	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	2	2	3	4	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	3	1	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	1	3	5	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	5	4	9	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
6	3	2	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	5	5	5	15	5	5	5	5	20
7	1	2	1	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
8	3	1	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
9	2	1	3	1	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	4	5	9	4	4	5	5	18	5	4	5	4	4	22	5	5	4	14	5	5	5	5	20
10	3	1	3	3	4	4	4	4	16	4	5	4	4	5	22	4	3	7	4	5	4	4	17	4	5	5	4	4	22	4	5	4	13	5	4	5	4	18
11	2	2	1	5	4	4	4	4	16	4	5	5	4	4	22	5	4	9	4	5	4	4	17	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15	5	4	4	5	18
12	2	1	3	4	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23	5	4	9	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	4	5	5	14	5	4	5	5	19
13	3	2	1	5	4	5	5	4	18	4	5	4	5	5	23	5	5	10	4	4	5	4	17	5	5	5	5	4	24	4	5	5	14	5	5	4	5	19
14	3	2	3	2	4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	23	5	5	10	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	5	5	5	19
15	4	1	3	5	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	4	5	9	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	4	13	5	5	5	5	20
16	2	2	3	1	4	5	5	4	18	4	4	5	5	5	23	4	5	9	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
17	1	1	1	1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	5	10	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
18	2	2	3	3	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
19	3	2	3	2	3	4	3	3	13	4	4	3	3	3	17	4	4	8	3	3	4	3	13	3	3	3	3	4	16	4	3	3	10	3	3	3	1	10



20	4	1	1	5	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	21	5	4	9	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	3	2	15
21	3	2	3	5	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22	2	2	3	5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	6	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	2	2	10
23	2	1	3	4	4	5	4	4	17	5	5	4	5	5	24	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
24	3	1	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
25	1	1	1	1	5	5	4	4	18	4	4	4	4	5	21	5	5	10	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
26	2	2	1	5	4	5	5	4	18	5	5	4	5	5	24	5	4	9	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	4	5	4	13	5	5	5	4	19
27	4	1	1	4	4	4	4	4	16	5	4	4	5	5	23	4	5	9	4	4	5	4	17	4	5	4	5	5	23	4	4	4	12	5	4	5	4	18
28	3	2	3	3	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	24	4	4	8	4	4	5	4	17	5	5	5	5	4	24	4	5	4	13	5	5	5	4	19
29	3	2	1	5	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	4	8	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	5	4	5	19
30	2	2	3	2	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24	4	4	8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15	5	5	4	5	19
31	3	2	2	5	3	3	3	3	12	4	4	3	3	4	18	3	3	6	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	16	3	3	3	9	3	3	2	1	9
32	3	2	1	5	4	5	5	4	18	5	5	4	5	4	23	5	4	9	4	5	4	3	16	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15	5	5	5	4	19
33	3	2	1	5	4	4	4	4	16	5	4	5	4	5	23	5	5	10	4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	23	4	5	5	14	5	5	5	5	20
34	3	2	1	5	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	3	8	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
35	4	1	1	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	3	8	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	2	17
36	3	1	3	4	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21	5	2	7	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	4	5	14	4	5	5	5	19
37	2	1	1	1	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	23	4	3	7	4	5	4	5	18	5	5	5	3	5	23	5	5	5	15	5	5	5	4	19
38	2	2	2	1	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	23	5	4	9	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	22	4	5	5	14	5	5	5	5	20
39	1	1	2	1	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	4	4	8	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23	5	4	5	14	4	4	4	4	16
40	2	2	3	3	4	5	5	5	19	4	5	4	4	4	21	5	4	9	4	4	4	5	17	3	4	5	4	4	20	5	4	5	14	5	5	4	5	19
41	2	2	3	2	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	23	4	5	9	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23	5	5	5	15	5	5	5	4	19
42	2	2	3	2	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	9	5	4	5	4	18	4	5	4	5	5	23	5	4	5	14	5	5	5	5	20
43	1	1	2	1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	8	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	4	4	4	12	4	4	4	4	16
44	2	1	1	5	4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	23	5	3	8	5	4	4	5	18	5	4	5	5	4	23	4	5	4	13	5	5	5	5	20
45	2	2	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	9	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	4	4	13	4	5	4	4	17

46	2	2	1	5	4	5	5	4	18	4	5	4	5	4	22	5	4	9	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21	5	4	5	14	5	4	5	5	19
47	3	1	3	2	5	4	4	4	17	5	5	4	4	4	22	5	4	9	5	4	5	4	18	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	5	5	5	5	20
48	4	1	3	4	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	24	5	4	9	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23	5	5	4	14	5	5	5	4	19
49	3	2	3	2	5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	22	5	4	9	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	23	5	5	4	14	5	5	5	5	20
50	4	1	1	4	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24	4	4	8	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	5	4	14	5	5	4	5	19
51	3	1	3	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	4	4	8	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	4	5	5	14	4	5	5	5	19
52	3	1	3	5	5	4	4	4	17	4	5	5	5	5	24	4	5	9	4	5	5	5	19	5	4	5	5	4	23	5	4	4	13	4	4	5	5	18
53	3	2	1	5	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	8	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	24	4	5	4	13	4	4	4	4	16
54	3	1	3	5	3	4	3	3	13	4	3	3	3	3	16	4	3	7	3	3	3	4	13	3	4	4	3	3	17	3	3	3	9	3	3	3	1	10
55	2	2	3	4	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	4	9	5	5	5	5	20	4	5	5	4	5	23	5	5	5	15	5	5	5	5	20
56	2	2	1	5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	5	9	5	4	4	4	17	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15	4	5	4	5	18
57	1	2	1	1	5	4	4	5	18	4	5	5	4	5	23	4	5	9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	4	14	4	5	5	5	19
58	3	1	1	5	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	4	9	5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	24	5	4	4	13	5	5	5	5	20
59	3	2	1	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	9	5	5	4	5	19	5	5	5	4	4	23	4	5	5	14	5	4	5	5	19
60	3	2	3	3	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	10	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
61	3	1	3	2	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	24	5	3	8	4	5	4	4	17	5	5	5	5	4	24	4	5	4	13	5	5	5	5	20
62	3	1	3	3	4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	21	4	4	8	5	5	4	5	19	4	4	4	4	3	19	5	5	5	15	4	5	4	5	18
63	1	1	1	1	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	23	4	4	8	4	5	4	5	18	4	5	4	4	5	22	4	5	5	14	5	4	4	5	18
64	2	1	3	2	5	5	5	4	19	3	4	4	5	4	20	4	4	8	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23	5	5	5	15	4	5	5	5	19
65	3	1	3	2	4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	22	4	5	9	4	5	5	4	18	4	5	5	5	4	23	5	5	4	14	5	5	5	4	19
66	2	2	3	2	5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	22	5	5	10	3	4	4	4	15	4	5	4	4	5	22	4	5	4	13	5	4	5	5	19
67	2	2	1	5	5	5	4	5	19	4	4	5	5	5	23	4	4	8	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24	4	5	4	13	5	4	5	4	18
68	1	1	2	1	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	10	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	4	5	18
69	3	2	3	4	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	3	8	4	5	5	4	18	5	5	5	5	4	24	3	4	5	12	5	5	5	5	20
70	2	2	3	2	4	5	4	5	18	5	5	5	4	5	24	5	3	8	5	5	4	5	19	5	3	5	4	5	22	3	4	5	12	5	4	5	5	19
71	4	1	3	2	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24	4	2	6	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23	5	5	4	14	5	5	5	5	20

72	3	1	3	3	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	5	2	7	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	5	5	15	5	5	4	5	19
73	1	2	2	1	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	4	5	9	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	4	5	19
74	2	2	3	5	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	1	6	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
75	3	1	1	4	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	3	8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	4	5	5	19
76	3	1	3	3	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	3	8	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	23	5	5	5	15	5	5	5	4	19
77	2	2	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
78	2	1	3	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	1	6	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15	5	5	4	4	18
79	2	2	3	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	4	5	4	5	18
80	2	2	3	3	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24	5	4	9	5	5	4	5	19	4	4	5	5	4	22	5	5	5	15	5	5	5	4	19
81	3	1	1	5	5	5	4	4	18	4	4	5	5	5	23	5	4	9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	4	5	4	18
82	2	1	3	5	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20
83	3	2	3	2	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	3	4	5	12	5	5	5	5	20
84	3	1	3	4	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	23	5	5	10	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
85	2	1	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	9	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
86	3	2	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14	5	5	5	5	20
87	1	2	2	1	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21	5	5	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	5	4	4	13	5	5	5	5	20
88	1	1	3	3	4	4	3	4	15	3	3	4	3	3	16	5	5	10	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	5	11	3	4	3	1	11
89	1	2	2	1	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	23	4	4	8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	5	5	14	4	4	4	5	17
90	2	1	1	2	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	19	4	3	7	4	3	3	4	14	4	1	4	4	3	16	3	3	3	9	3	4	3	3	13
91	1	1	4	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
92	1	1	3	3	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21	5	2	7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19	4	4	5	13	5	5	5	5	20
93	3	1	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	2	7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
94	2	1	3	4	4	4	3	4	15	4	5	5	4	4	22	5	3	8	4	3	4	4	15	4	4	3	3	4	18	4	4	4	12	4	4	5	4	17
95	3	1	1	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	3	8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	4	4	18
96	1	2	3	1	4	5	4	4	17	4	5	5	5	4	23	5	5	10	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	22	5	4	4	13	5	4	4	4	17
97	1	1	1	2	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	1	12

<b>98</b>	2	2	4	3	4	4	3	3	14	3	3	3	3	4	16	4	4	8	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	5	11	3	4	3	1	11
<b>99</b>	2	1	1	4	4	5	3	4	16	5	4	5	4	5	23	4	4	8	5	4	3	4	16	3	4	4	3	4	18	3	3	4	10	4	4	3	3	14
<b>100</b>	3	1	3	4	5	5	5	5	20	5	5	3	5	4	22	5	5	10	4	5	3	4	16	5	4	4	4	4	21	5	5	5	15	5	5	5	2	17



**Lampiran 4: Hasil Uji Statistik**

**VARIABEL KEMAMPUAN (X1)**

**Frequencies**

**Statistics**

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

**Frequency Table**

**Pernyataan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	4	4.0	4.0	4.0
	S	40	40.0	40.0	44.0
	SS	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	2	2.0	2.0	2.0
	S	32	32.0	32.0	34.0
	SS	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	8	8.0	8.0	8.0
	S	29	29.0	29.0	37.0
	SS	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	6	6.0	6.0	6.0
S	38	38.0	38.0	44.0
SS	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**VARIABEL SIKAP (X2)**

**Frequencies**

**Statistics**

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Pernyataan5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

**Pernyataan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	4	4.0	4.0	4.0
S	42	42.0	42.0	46.0
SS	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	4	4.0	4.0	4.0
S	34	34.0	34.0	38.0
SS	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	6	6.0	6.0	6.0
S	41	41.0	41.0	47.0
SS	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	6	6.0	6.0	6.0
S	26	26.0	26.0	32.0
SS	68	68.0	68.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	5	5.0	5.0	5.0
S	31	31.0	31.0	36.0
SS	64	64.0	64.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**VARIABEL PENAMPILAN (X3)**

**Frequencies**

**Statistics**

	Pernyataan1	Pernyataan2
N Valid	100	100
Missin	0	0



## Frequency Table

### Pernyataan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	3	3.0	3.0	3.0
	S	34	34.0	34.0	37.0
	SS	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pernyataan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	CS	17	17.0	17.0	24.0
	S	37	37.0	37.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## VARIABEL PERHATIAN (X4)

### Frequencies

#### Statistics

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

## Frequency Table

### Pernyataan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	6	6.0	6.0	7.0
	S	33	33.0	33.0	40.0
	SS	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	5	5.0	5.0	5.0
S	35	35.0	35.0	40.0
SS	60	60.0	60.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	7	7.0	7.0	7.0
S	33	33.0	33.0	40.0
SS	60	60.0	60.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
CS	5	5.0	5.0	6.0
S	32	32.0	32.0	38.0
SS	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**VARIABEL TINDAKAN (X5)**

**Frequencies**

**Statistics**

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Pernyataan5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

## Frequency Table

**Pernyataan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	6	6.0	6.0	8.0
	S	31	31.0	31.0	39.0
	SS	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	CS	4	4.0	4.0	7.0
	S	25	25.0	25.0	32.0
	SS	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	5	5.0	5.0	7.0
	S	23	23.0	23.0	30.0
	SS	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	8	8.0	8.0	9.0
	S	30	30.0	30.0	39.0
	SS	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0
	CS	5	5.0	8.0
	S	34	34.0	42.0
	SS	58	58.0	100.0
	Total	100	100.0	

**VARIABEL TANGGUNG JAWAB (X6)**

**Frequencie**

**Statistics**

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

**Frequency Table**

**Pernyataan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0
	CS	9	9.0	10.0
	S	27	27.0	37.0
	SS	63	63.0	100.0
	Total	100	100.0	

**Pernyataan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0
	CS	7	7.0	8.0
	S	21	21.0	29.0
	SS	71	71.0	100.0
	Total	100	100.0	

**Pernyataan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
CS	5	5.0	5.0	6.0
S	29	29.0	29.0	35.0
SS	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)**

**Frequencies**

**Statistics**

		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

**Frequency Table**

**Pernyataan1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
CS	6	6.0	6.0	7.0
S	19	19.0	19.0	26.0
SS	74	74.0	74.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	5	5.0	5.0	5.0
S	24	24.0	24.0	29.0
SS	71	71.0	71.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.0	2.0	2.0
CS	8	8.0	8.0	10.0
S	22	22.0	22.0	32.0
SS	68	68.0	68.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pernyataan4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	6	6.0	6.0	6.0
TS	4	4.0	4.0	10.0
CS	2	2.0	2.0	12.0
S	22	22.0	22.0	34.0
SS	66	66.0	66.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 5: Hasil Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### Variabel Kemampuan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.827	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13.69	2.337	.574	.384	.821
X1.2	13.57	2.470	.572	.392	.821
X1.3	13.66	1.924	.757	.578	.736
X1.4	13.71	2.026	.737	.547	.747

### Variabel Sikap (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.841	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	18.26	3.750	.551	.308	.834
X2.2	18.18	3.604	.638	.437	.811
X2.3	18.29	3.521	.620	.398	.817
X2.4	18.14	3.374	.719	.547	.789
X2.5	18.17	3.435	.705	.517	.793

**Variabel Penampilan (X3)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.056	.066	2

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	4.07	.934	.034	.001	.
X3.2	4.61	.281	.034	.001	.

**Variabel Perhatian (X4)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.829	.830	4



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	13.65	2.270	.669	.490	.778
X4.2	13.65	2.371	.601	.382	.809
X4.3	13.65	2.371	.601	.367	.809
X4.4	13.62	2.198	.758	.586	.738

## Lampiran 6: Hasil Analisis Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji T)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.141	1.665		-3.088	.003
1 X1	.059	.119	.044	.492	.624
X2	.258	.107	.231	2.425	.017
X3	.191	.139	.083	1.371	.174
X4	.088	.127	.067	.694	.490
X5	.261	.106	.258	2.470	.015
X6	.527	.151	.318	3.489	.001

a. Dependent Variable: Y

### Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	472.765	6	78.794	39.526	.000 <sup>b</sup>
Residual	185.395	93	1.993		
Total	658.160	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X6, X3, X2, X1, X4, X5

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.848 <sup>a</sup>	.718	.700	1.412	1.993

a. Predictors: (Constant), X6, X3, X2, X1, X4, X5

b. Dependent Variable: Y

## RIWAYAT HIDUP



AKSEL, Lahir di Sorong pada tanggal 08 Maret 1995 dari ayah yang bernama Ummang Djafar dan ibu yang bernama Selvi Arfan Djawar, Penulis merupakan anak ke satu dari tiga bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN 40 Klasmek Kec. Mayamuk Kab. Sorong pada tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan

pendidikan di MTS, Muhammadiyah 1 Salawati Kab. Sorong dan tamat pada tahun 2009, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA 45 UNGGULAN SOSSOK, Kec. Anggeraja Kab. Enrekang dan lulus pada tahun 2012. Setelah tamat di SMA 45 UNGGULAN SOSSOK penulis melanjutkan studi sebagai Mahasiswa di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2013. Sampai dengan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.