

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
UNIT KALOSI KABUPATEN ENREKANG**

**RESKI AYU
105720468514**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT KALOSI KABUPATEN ENREKANG

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

**RESKI AYU
105720468514**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

PERSEMBAHAAN

Dengan Ketulusan kupersembahkan Skripsi ini Kepada:

Ibundaku tersayang Jahira dan Ayahku Musafir, yang kubanggakan, adek-adeku Nirmalasari, Zulkifli, Wanmujriah, Aula Azzahra, Zaitun Kasturi, Maisya Salsabila. Terima kasih sepenuhnya atas dorongan semangat, doa-doa dan perhatian yang telah diberikan untuk keberhasilanku.

Almamaterku tercinta

MOTTO HIDUP

Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan dalam setiap kesulitan, sedangkan orang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan.

(Muhammad SAW)

Kegagalan hanya terjadi apabila kita menyerah

(Bj Habibie)

Maka sesungguhnya dibalik kesulitan ada Kemudahan

(Qs Al-Insyrah : 5)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang"
Nama Mahasiswa : Reski Ayu
No Stambuk/NIM : 105720468514
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Kamis tanggal 30 Agustus 2018..

Makassar, September 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. A. Ifayani Haanurat, MM
NBM ; 857606

Nurlina, SE., MM
NBM: 1283522

Diketahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,
Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

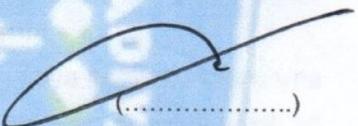
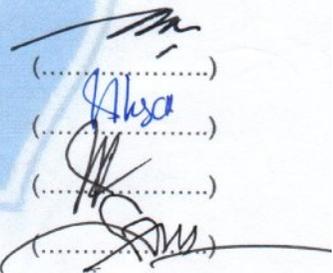
Skripsi atas Nama Reski Ayu, Nim : 105720468514, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0014/SK-Y/61201201/091004/2018 M, Tanggal 18 Dzulhijjah 1439 H/30 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

18 Dzulhijjah 1439 H

Makassar, _____

30 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE., MM
2. Hj. Naidah, SE., M.Si
3. Dr. Andi Mappatempo Badawi, SE., MM
4. Abd. Salam, SE., M.Si., Ak., CA 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM

NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reski Ayu
Stambuk : 105720468514
Program Studi : Manajemen
Dengan Judul : "Pengaruh Kualitas Layana Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalos Kabupaten Enrekang".

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada tanggal 30 Agustus 2018

Makassar, 30 Agustus 2018

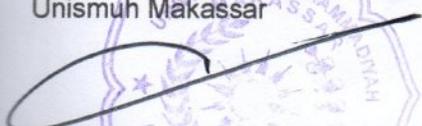
Yang membuat Pernyataan,



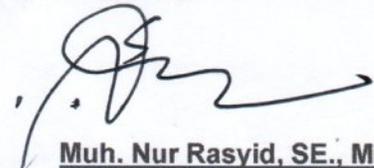
Reski Ayu

Diketahui Oleh :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,
Jurusan Manajemen


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta kepada para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulis skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis ibu tercinta Jahira dan ayah Musafir yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa yang tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pegorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan diakhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasullong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM selaku ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Dr. A. Ifayani Haanurat, MM. Selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Nurlina. SE., MM, Selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis prgram studi Manajemen khususnya kelas Man-14 Angkatan 2014 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulis skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum
Wr.Wb

Makassar, Juli 2018

Reski Ayu

ABSTRAK

Reski Ayu, Tahun 2018 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I A. Ifayani Haanurat dan Pembimbing II oleh Nurlina.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dimana persamaan regresi $Y = 4,568 + 0,184x_1 + 2,792x_2 + 0,785x_3 + 1,439x_4 + 1,670x_5$ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tangible* (x_1), *Responsiveness* (x_3), *Assurance* (x_4), dan *Empathy* (x_5) tidak memiliki pengaruh yang positif, dan hanya variabel *reliability* (x_2) yang memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 atau 0,6%.

Kata kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati.

ABSTRACT

Reski Ayu, 2018 *The Effect of Service Quality of Customer Satisfaction in PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang*, Thesis Faculty Of Economics and Business Department Of Accounting Muhammadiyah University of Makassar. Guided by supervisor I A. Ifayani Haanurat and Advisor II Nurlina.

This research aims to determine the extent of the impact of service quality applied by PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang to increased customer satisfaction. While the methods of analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results in the research showed that the quality of service consisting of Tangible (x1), Realibility (x2), Responsiveness (x3), Assurance (x4), and Empathy (x5) together have a positive influence and only realibility variables that have significant influence on customer satisfaction with a significance level of 0.006 or 0.6%.

Keyword: *tangible, realibility, responsiveness, assurance, and empathy*

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori	7
B. Tinjauan Penelitian Empiris.....	17
C. Kerangka Pikir.....	19
D. Hipotesis	20

BAB III	METODE PENELITIAN	21
	A. Jenis Penelitian	21
	B. Lokasi Penelitian dan Waktu	21
	C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
	D. Populasi dan Sampel	24
	E. Metode pengumpulan data	25
	F. Jenis dan sumber data	26
	G. Metode Analisis Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	29
	B. Deskripsi Data Responden	33
	C. Tanggapan Responden	36
	D. Uji Instrumen Penelitian	44
	E. Metode Analisis Data	47
	F. Pembahasan	
BAB V	PENUTUP	59
	A. Kesimpulan	59
	B. Saran	60

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan	36
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Tangible</i>	37
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Reliability</i>	38
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Responsiveness</i>	40
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Assurance</i>	41
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Empathy</i>	42
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Nasabah	43
Tabel 4.11	Uji Validitas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	45
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas Item-Total Statistics	46
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda Coefficients	47
Tabel 4.14	Hasil Uji t Coefficients	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	19

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi.

Persaingan perbankan membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Pelayanan bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap), Tjiptono (2008:69). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut kemulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan (Warta BRI 2011 : 17).

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.

Bank BRI yang merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat.

Pelayanan yang diberikan oleh bank BRI apakah ada nasabah yang merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa bank BRI dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Kabupaten Enrekang mempunyai keluhan dari para nasabah karna lambatnya pelayanan yang diberikan oleh petugas Bank sehingga mengakibatkan para nasabah harus rela mengantri hingga berjam-jam sehingga para nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang sehingga.

Penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “ **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP**

KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK UNIT KALOSI ENREKANG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
2. Apakah *Realibility* (kehandalaan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
3. Apakah *Responsiveness* (cepat tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
4. Apakah *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
5. Apakah *Empathy* (komunikasi) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Tangible* (bukti fisik) dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Reliability* (kehandalaan) dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Responsiveness* (cepat tanggap) dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Assurance* (jaminan) dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Empathy* (komunikasi) dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada, mengenai perilaku nasabah khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi.

3. Sebagai bahan pertimbangan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi dalam pengembangan kualitas layanan.
4. Sebagai bahan bacaan dan literatur bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan pemasaran tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia.

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berfikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi perkembangan teknologi mesin dari manual sampai ke serba otomatis telah mampu mengubah mutu produk, mulai dari kemasan sampai kepada isinya yang semakin menarik dan kompetitif.

Banyak defenisi pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, namun bila dibandingkan satu dengan yang lainnya maka pada dasarnya pengertian dan tujuannya adalah sama. Dalam memberikan pengertian pemasaran, penulis mengutip pendapat dari beberapa ahli pemasaran sebagai berikut :

Pemasaran menurut Abdulah (2012:12) adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Pemasaran menurut Daryanto (2011:1) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

2. Bank

Bidang perekonomian sudah pasti jasa dari perbankan memegang peranan yang sangat penting untuk kelancaran usaha. Pengertian bank itu sendiri menurut Kasmir (2008:70), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.

Menurut Kasmir (2008:43) jenis perbankan dapat ditinjau dari berbagai segi yaitu:

- a) Dilihat dari segi fungsinya
 - 1) Bank umum
 - 2) Bank perkreditan rakyat (BPR)
- b) Dilihat dari segi kepemilikan
 - 1) Bank milik pemerintah
 - 2) Bank milik swasta nasional
 - 3) Bank milik koperasi
 - 4) Bank milik asing

- 5) Bank milik campuran
- c) Dilihat dari segi status
 - 1) Bank devisa
 - 2) Bank non devisa
- d) Dilihat dari segi cara menentukan harga
 - 1) Bank yang berdasarkan prinsip konvensional (Barat)
 - 2) Bank yang berdasarkan prinsip syariah (Islam)

Fungsi tambahan dalam lembaga keuangan adalah memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bidang jasa perbankan meliputi berbagai kegiatan dalam penyelenggaraan transaksi-transaksi yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan dunia usaha. Selain kegiatan operasional tentunya bank harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memiliki kualitas pelayanan yang baik dimata nasabah.

Pengertian bank dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat dalam bentuk simpanaan, maksudnya bank mengumpulkan/mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan tabungan, giro, dan deposito. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan dengan cara merangsang berbagai strategi agar masyarakat tertarik menanamkan dananya. Secara umum jenis simpanan yang ada dibank terdiri dari simpanan tabungan, simpanan giro, dan simpanan deposito.

2. Menyalurkan dana (*lending*) dari masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat. Dengan kata lain bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam berbagai jenis sesuai dengan keinginan nasabah. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah seperti kredit investasi, kredit modal kerja dan kredit perdagangan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*) seperti penerimaan uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*kliring*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), letterof credit (L/C), bank garansi dan jasa lainnya. Jasa-jasa bank lainnya ini merupakan jasa pendukungnya dari kegiatan produk bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

3. Kualitas Layanan

Parasuraman dalam Hutasoit (2011:66) mendefinisikan teori kualitas pelayanan adalah perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima. Apabila harapan lebih besar jika dibandingkan dengan kinerja, maka kualitas yang dirasakan lebih kecil jika dibandingkan dengan kepuasannya, karenanya ketidakpuasan konsumen terjadi.

Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat, diantaranya terjadi hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan perlu

dilakukan secara terus menerus dalam rangka menjaga kepuasan nasabah. Inovasi-inovasi perlu dilakukan sesuai dengan masukan-masukan dari nasabah dan dengan kemampuan unit pelayanan dalam memahami keinginan nasabah tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidak lepas dari upaya untuk mengukur kepuasan nasabah, yang hasilnya merupakan bahan masukan bagi upaya perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap nasabah. Suatu pelayanan akan memiliki kualitas yang baik apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Kotler (2009:143) dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi sebagai Servqual, adalah sebagai berikut:

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, saran, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2) Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurat tinggi.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan

mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesinggapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penangana keluhan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5) Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Akbar (2009: 89) telah mengidentifikasi lima faktor kualitas pelayanan dari perspektif pelanggan yaitu:

- 1) Pelayanan utama atau pelayanan produk
- 2) Elemen manusia dari pengiriman layanan
- 3) Sistematis pengiriman layanan: elemen non-manusia
- 4) Bukti fisik pelayanan
- 5) Tanggung jawab sosial

4. Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Menurut Lovelock (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Kotler (2009:42) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas.

Menurut Tjiptono (2012:310-311), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, penelitian pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politis. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

1. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan
3. Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan

4. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan
5. Meningkatkan toleransi harga
6. Rekomendasi gethok tular positif

Metode yang digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya Menurut Tjiptono (2011: 314-316) yaitu sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berorientasi kepada pelanggan akan memudahkan pelanggan untuk memberikan saran dan keluhan. Cara ini akan dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk mengetahui kekurangan atau kelebihan perusahaan di mata pelanggan. Dalam hal ini setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

2) *Ghost shopping (mystery shopping)*

Pada metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan pembeli produk perusahaan pesaing. Kemudian *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Pembelian bayangan (*ghost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah wiraniaga perusahaan mampu menangani situasi dengan baik.

3) *Lost customer analysis*

Metode ini bisa dikatakan sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan guna perbaikan pelayanan kepada pelanggan yang ada atau bahkan menarik kembali pelanggan yang pergi serta untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

4) Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, oleh karena itu perlu dilakukan survei kepada para pelanggan agar diperoleh data yang lebih akurat dan rinci. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

5. Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas layanan perbankan. Untuk mewujudkan suatu layanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas layanan.

Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan yang dirasakan. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap, dan jaminan nasabah, akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut. perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan hanya menfokuskan kepada perubahan teknologi, akan kecewa pada akhirnya apabila tidak mempersiapkan infrastruktur lain yang lebih penting, yaitu attitude karyawan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan, pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya dengan asumsi pelanggan yang tidak puas. Kesimpulan, apabila kepuasan pelanggan dapat tercapai, maka akan diperoleh beberapa manfaat yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Mendorong terciptanya loyalitas dan kesetiaan pelanggan terhadap jasa yang dihasilkan.
3. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

4. Reputasi perusahaan menjadi baik dikalangan para pelanggan

B. Tinjauan Penelitian Empiris

1. Pada penelitian Setirah (2008) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar di Makassar.

Penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* menunjukkan bahwa kelima dimensi layanan tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas pelayanan maka variabel kualitas layanan yang dominan memengaruhi kepuasan nasabah adalah *responsiveness*.

2. Penelitian Prasetyo (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki.

Penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* menunjukkan bahwa keempat dimensi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel *reliability*.

3. Gustriani (2012) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara.

penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi dengan jumlah sampel 100 responden, di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari lima dimensi kualitas layanan tersebut, variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel *empathy*.

4. Happy (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Luwes Loji Wetan Solo), menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan sampel sebanyak 100 responden, di mana variabel *tangible*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel *reliability* dan *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan nasabah, variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel *tangible*.
5. Bandu (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan variabel penelitian yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*, menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan, variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel *reliability*.

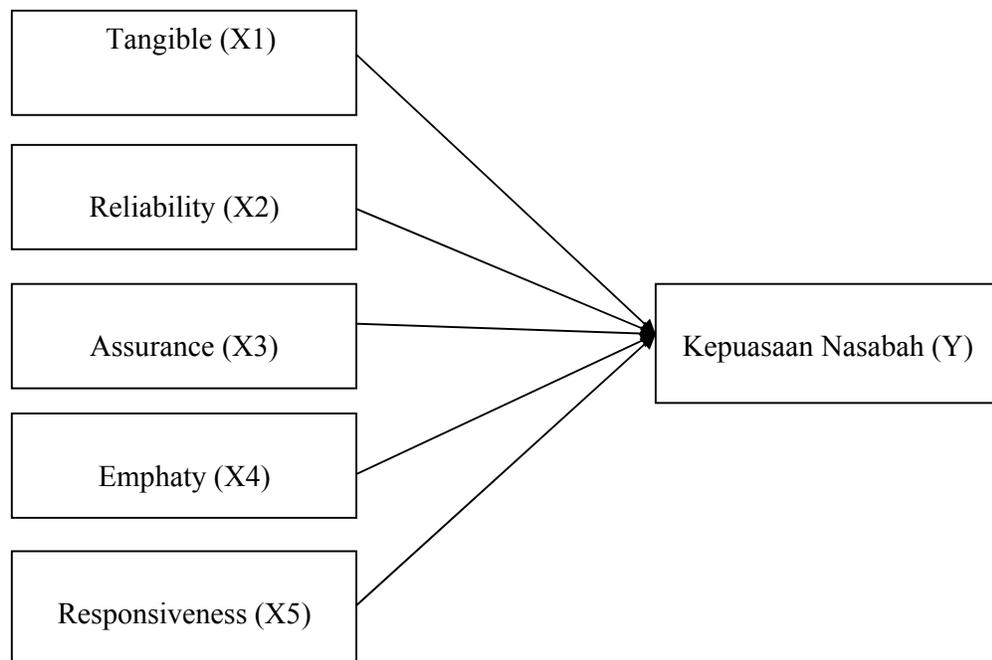
C. Kerangka Pikir

PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang, dalam upaya untuk lebih mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, serta untuk lebih meningkatkan kepuasan nasabah, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan adalah program atau strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada nasabah jika dibandingkan dengan perusahaan perbankan lainnya.

Secara sistematis kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan kerangka pikir yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan sebuah hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diduga *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang.
2. Diduga *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang.
3. Diduga *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang.
4. Diduga *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang.
5. Diduga *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Kalosi Enrekang.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015 : 14) Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Kalosi yang berlokasi di Sudu Kabupaten Enrekang. Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2018 dan berakhir pada bulan April 2018.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

a. Variabel Independen (X)

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel independenya adalah kualitas layanan.

1) *Tangibles* (X1) merupakan bukti langsung yang terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, serta sarana komunikasi.

Indikator wujud fisik berupa:

- a) Peralatan yang modern
- b) Fasilitas yang menarik
- c) Teknologi yang maju untuk memudahkan nasabah bertransaksi.

2) *Reliability* (X2) merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan.

Indikator kehandalan berupa :

- a) Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang diinformasikan
- b) Tepat waktu dalam melaksanakan keperluan nasabah
- c) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan

3) *Responsiveness* (X3) merupakan keinginan para karyawan dan staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Indikator daya tanggap berupa :

- a) Karyawan memberitahukan mengenai jadwal pelayanan
- b) Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
- c) Bersedia menanggapi semua keluhan nasabah.

4) *Assurance* (X4) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.

Indikator jaminan berupa:

- a) Pegawai mampu menanamkan rasa aman
- b) Pegawai dapat dipercaya

5) Kualitas layanan berupa kepedulian *emphaty* merupakan perhatian yang tulus yang diberikan kepada nasabah.

Indikator kepedulian berupa:

- a) Memberikan perhatian yang personal
- b) Sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan nasabah
- c) Perhatian individual kepada perusahaan.

b. Variabel Dependen (Y)

Merupakan variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah.

Indikator kepuasan nasabah yaitu :

- a) Tidak ada Komplain atau keluhan terhadap pelayanan di PT. Bank Rakyat Indoneia Unit Kalosi.
- b) Nasabah merasa diperlakukan dengan baik sehingga memberikan pujian kepada karyawan setelah melakukan transaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi.
- c) Nasabah merasa aman menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi.

1. Pengukuran Variabel

Untuk mempermudah pengujian terhadap analisis yang digunakan, idealnya data yang digunakan dalam bentuk skala interval (*scaled values*). Pada penelitian ini, data yang tersedia dalam bentuk skala ordinal dengan menggunakan skala likert. Cara perhitungan yang digunakan pada skala likert sendiri adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan beberapa pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori:

- a. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5.
- b. Jawaban setuju diberi bobot 4.
- c. Jawaban cukup setuju/netral diberi bobot 3.

- d. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1.

Prosedur dipakai dengan menggunakan pedoman yang paling umum digunakan. Imran (2009:39) menyatakan bahwa skala Likert kadang-kadang disebut dengan “suatu penilaian yang dijumlahkan”, karena semua jawaban diberi bobot dan kemudian ditambahkan untuk mendapatkan suatu jumlah. Skala Likert ini kemudian menskala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang digunakan peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan menurut Sugiyono (2013:80). Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 11.227 orang nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Arikunto (2012:104) jika populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin.

$$= \frac{\dots}{2}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi yaitu jumlah total pelanggan/nasabah yang menggunakan jasa BRI unit Kalosi Enrekang.

e = Nilai kritis

populasi nasabah dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%, diketahui N = 11.227 nasabah. Maka dengan mengikuti perhitungan di atas hasilnya adalah:

$$= \frac{\dots}{2}$$

$$= \frac{\dots}{(\dots)^2}$$

$$= \frac{\dots}{\dots}$$

$$= 99,11715 \text{ (Dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Teknik pengambilan sampel adalah *sampling aksidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data. Kriteria sampel yang digunakan adalah nasabah yang sudah satu tahun menggunakan jasa layanan Bank BRI Unit Kalosi Enrekang.

E. Metode Pengumpulan Data

Penulis memperoleh data dengan menggunakan metode sebagai berikut yaitu:

1. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah salah satu proses kegiatan pengungkapan fakta-fakta melalui observasi dan wawancara dalam proses memperoleh keterangan atau data dengan cara terjun langsung ke lapangan.

2. Kuesioner

Kuesioner Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar kepada responden

3. Wawancara

Wawancara Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang bersangkutan dalam organisasi untuk memperoleh data yang berhubungan dengan materi pembahasan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi Yaitu suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar dan lain sebagainya.

F. Jenis dan Sumber Data

f. Jenis Data yang digunakan ada 2 yaitu :

a. Data Kuantitatif

Adalah data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

b. Data Kualitatif

Adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisa dengan penjelasan mengenai pembahasan.

2. Penulisan proposal ini memperoleh data yang bersumber dari:

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah closed ended questions, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencatatan dokumen-dokumen perusahaan dan dari industri terkait yang ada hubungannya dengan pembahasan penulisan.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan dua peubah atau lebih untuk peubah kuantitatif. Dalam penelitian ini, variabel bebas yaitu Kualitas layanan (X). Variabel terikat berupa Kepuasan nasabah.

Persamaan dari regresi linear Berganda adalah:

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

Keterangan:

Y : Kepuasan nasabah

X : Kualitas layanan

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : Koefisien regresi X (nilai peningkatan atau penurunan)

x_1 = Tangible

x_2 = Reliability

x_3 = responsiveness

x_4 = Assurance

x_5 = Empati

2. Uji Validitas

Uji validitas atau derajat ketetapan mengukur sejauh mana ketetapan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya artinya apakah konsep yang telah dibangun tersebut sudah valid atau belum. Agar data yang diperoleh bisa relevan sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut (Yamin dan Kurniawan, 2009:23).

3. Hipotesis Secara Parsial (t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dimana $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, H_0 diterima. Dan jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_1 diterima, begitupun jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima H_1 ditolak dan jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak H_1 diterima.

4. Uji Signifikan

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau ada pengaruh antara variabel yang diuji.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk

Awal berdirinya BRI dipelopori oleh seorang Patih Banyumas (Jawa Tengah) yang bernama "Raden Bei Aria Wirjaatmadja" sebagai putra pribumi yang kala itu memiliki kesadaran untuk melakukan kegiatan bidang perbankan. Kegiatan tersebut dirintis mulai tahun 1894 dengan mendirikan "De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden" yang awalnya hanya menampung pembayaran angsuran para peminjam "kas masjid". Pada tanggal 16 Desember 1895 dengan bantuan Asisten Residen Banyumas bernama E Sieburgh pendirian bank tersebut diresmikan, sehingga tanggal tersebut dijadikan sebagai tanggal berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia. Pada saat awal beroperasi secara resmi bank tersebut berganti nama menjadi "Hulp en Spaarbank der Inlandsehe Bestuurs Ambtenaren" yang kemudian dikenal sebagai Bank Perkreditan Rakyat, yang dianggap sebagai "embrio" BRI.

Seiring perjalanan waktu dan sejarah yang dilaluinya BRI beberapa kali telah berganti nama yang secara kronologis sebagai berikut:

1. Pada tahun 1897 menjadi "Poerwokertosche Hulp Spaarten Landbouw Credit Bank" yang kemudian sejak tahun 1898 lebih dikenal "Volks Bank" atau "Bank Rakyat". Pada tahun 1934 menjadi "Algemeene Volkscredietbank (AVB)".

3. Syomin Gynko pada tahun 1942
4. Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan status Bank Pemerintah pada tahun 1946.
5. Kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu (tahun 1948) saat Belanda menduduki Ibu kota RI dan baru aktif kembali setelah Perjanjian Roem Royen tahun 1949, BRI baru aktif kembali dengan wilayah kerja Renville (Republik Yogyakarta) sedangkan di daerah lain BRI menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat (BARRIS) selanjutnya dalam perkembangan politik ternyata membawa pengaruh terhadap sejarah BRI sehingga keduanya menyatu kembali menjadi " Bank Rakyat Indonesia"
6. Melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan pelebaran antara BRI dan Bank Tani dan Nelayan (BTN) serta Nederlandsche Handels Maatschappij (NHM).
7. Pada tahun 1965 berdasarkan Penetapan Presiden (PENPRES) No. 9 BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia menjadi Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (BIUKTN).
8. Satu bulan setelah PENPRES tersebut, keluar PENPRES barat no. 17 tahun 1965 tentang pendirian Bank Tunggal milik negara yaitu Bank Negara Indonesia. Dalam pendirian bank ini BIUKTN eks BRI dan BTN diintegrasikan kedalamnya dengan nama Bank Negara Indonesia unit II Bidang Rural sedang BIUKTN eks NHM berubah menjadi Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor dan Impor (sekarang PT. BEII)

9. Berdasarkan Undang - undang No. 21 tahun 1968 Bank Negara Unit II Bidang Rural diubah menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI). Selanjutnya UU No. 21 tahun 1968 dicabut dengan UU No.7 tahun 1992 tentang penyesuaian bentuk hukum Bank Rakyat Indonesia menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dimana segala hak, kewajiban, kekayaan, serta pengawasan BRI beralih kepada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) dibuat dihadapan Muhani Salitn. SH Notaris di Jakarta tanggal 31 Juli 1992 No. 133 dan disahkan Menteri Kehakiman RI sesuai nomor C2.6584, HT 01 Tahun 1992 tanggal 12 Agustus 1992 dan diumumkan pada Berita Negara RI No. 73 tanggal 11 September 1992 dan tambahan Berita Negara No. 32 tahun 1992.

2 Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk

BRI mempunyai visi dan misi yang menjadi pedoman dan setiap gerak langkah organisasi, sebagai berikut:

1. Visi BRI "Menjadi Bank Komersil terkemuka yang selalu mengutamakan , kepuasan nasabah.
2. Misi BRI
 - a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menunjang perkembangan ekonomi masyarakat.
 - b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia

yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.

c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak – pihak yang berkepentingan.

3. Profil PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Unit Kalosi Enrekang

Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi merupakan salah satu dari Kantor Cabang BRI yang berada di dalam jajaran Kantor Wilayah BRI Enrekang Sulawesi Selatan, BRI Enrekang bertempat di Jalan poros Suda Toraja No. 13 yang diresmikan pada tanggal 31 Desember 1970 oleh Menteri Keuangan JB. Sumarlin dan Direktur Utama BRI Kamardi Arief. Dengan lokasi bisnis perbankan yang cukup strategis serta didukung BRI Unit yang tersebar di seluruh wilayah Enrekang menjadikan BRI sebagai lembaga keuangan Bank yang selalu siap memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat luas.

Aktivitas usahanya di bidang jasa keuangan BRI memberikan layanan perbankan sebagai berikut:

1. Simpanan : giro (rupiah dan valas), tabungan (BritAma), deposito (rupiah dan valas).
2. Kredit : Kredit Komersial : {Credit investasi, kredit modal kerja, kredit modal kerja konstruksi, kredit modal kerja ekspor. Kredit konsumtif kredit kepada pegawai berpenghasilan tetap (PNS, ABR1), kredit kepada pensiun (kresun), kredit kepada pegawai BRI.
3. Pelayanan Jasa Bank : Kliring, transfer, penjualan cek perjalanan BRI (CEPEBRI), pelayanan inkaso (Jasa Penagihan), pelayanan letter of credit (L/C).

4. Pelayanan Jasa Bank Lainnya : Safe Deposit Box (SDB), subsidi inpres, pembayaran gaji TNI, pelayanan Payment Point (tagihan rekening PLN dan telephon), setoran denda tilang, setoran pajak (PBB dan lainnya), setoran ONH.

B . Deskripsi Data Responden

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka penulis menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden, di mana dalam deskripsi responden maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

Deskripsi responden ini, diketahui bahwa sampel yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner ditentukan sebesar 100 responden, yang dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan.

Untuk lebih jelasnya dapat disajikan uraian mengenai deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi responden menurut usia

Karakteristik responden menurut usia dikelompokkan menjadi empat kelompok usia responden yaitu dibawah 25 tahun, 25-35 tahun, 35-50 tahun, dan di atas 50 tahun. Deskripsi umur responden dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Usia

NO	USIA RESPONDEN	TANGGAPAN RESPONDEN	
		ORANG	%
1	Dibawah 25 Tahun	19	19,0
2	25-35 Tahun	32	32,0
3	35-50 Tahun	43	43,0
4	Diatas 50 Tahun	6	6,0
	Total Responden	100	100

Berdasarkan tabel 4.1, proporsi responden menurut usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 35-50 tahun yaitu sebesar 43 orang atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang adalah yang berumur antara 35-50 tahun.

2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1	Laki-Laki	42	42,0
2	Perempuan	58	58,0
	Total responden	100	100

Data yang diolah pada tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa dari 100

responden yang diteliti didominasi oleh perempuan yaitu 58 responden atau 58% dan sisanya 42% adalah laki-laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang adalah berjenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1	SD	4	4,0
2	SLTP	13	13,0
3	SMP	50	50,0
4	SARJANA	32	32,0
5	PASCASARJANA	1	1,0
	Total Responden	100	10

Berdasarkan tabel 4.3 mengenai karakteristik responden menurut tingkat pendidikan, maka sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 50 orang atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang adalah berpendidikan SMA.

4. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Hasil kuesioner yang dikumpulkan, maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1	Pelajar/Mahasiswa	20	20,0
2	Petani	29	29,0
3	Pegawai/Karyawan	27	27,0
4	Wiraswasta	11	11,0
5	Lain-Lain	13	13,0
	Total Responden	100	100

Berdasarkan tabel 4.4, yakni karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan, nampak bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai petani yakni sebesar 29 orang atau 29%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang didominasi oleh petani.

C. Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

Untuk menciptakan suatu pelayanan yang berkualitas tinggi, perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan nasabah sesuai dengan atau bahkan melebihi apa yang diharapkan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan nasabah dibanding dengan harapannya, nasabah tentu akan semakin puas.

Ada beberapa dimensi dari kualitas layanan yang perlu dikelola dengan baik oleh perusahaan, yang meliputi: *dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Kelima dimensi kualitas layanan

ini yang perlu diukur yang bertujuan untuk menilai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk lebih jelasnya tanggapan responden mengenai kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah, dapat diuraikan sebagai berikut:

1). *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Adapun tanggapan responden mengenai *tangible* atau bukti fisik pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Tangible* (Bukti Fisik)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Karyawan PT.Bank BRI berpenampilan menarik	–	2%	13%	72%	13%	100
2	Peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern	–	3%	19%	66%	12%	100
3	Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman	–	–	3%	62%	35%	100
4	Mengenakan tanda pengenal yang jelas	1%	1%	15%	57%	26%	100

Berdasarkan tabel 4.5 yakni tanggapan responden mengenai variabel *tangible*, menunjukkan bahwa untuk indikator karyawan PT. Bank BRI berpenampilan menarik didominasi oleh tanggapan responden setuju yakni

sebesar 72%, kemudian untuk pernyataan bahwa peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern, rata-rata tanggapan responden setuju yakni sebesar 66%, selanjutnya pernyataan bahwa kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 62%, dan karyawan Bank BRI mengenakan tanda pengenal yang jelas rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 57%.

2). *Reliability* (Kehandalan)

Reliability (kehandalan) berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam hal ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Adapun tanggapan responden mengenai variabel *reliability* disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Reliability* (Kehandalan)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Karyawan PT. Bank BRI Memberikan pengarahan atas keunggulan produk yang ditawarkan	1%	4%	51%	35%	9%	100
2	Ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	–	–	16%	67%	17%	100
3	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah	–	–	10%	68%	22%	100
4	Nasabah dapat menikmati layanan 24 jam phone banking	–	5%	28%	51%	16%	100

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai tanggapan responden atas variabel *reliability*, dengan pernyataan bahwa karyawan PT. Bank BRI memberikan pengarahan atas keunggulan produk yang ditawarkan rata-rata responden memberikan tanggapan netral sebesar 51%, kemudian pernyataan bahwa ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 67%, kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, maka sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%, dan nasabah dapat menikmati layanan 24 jam phone banking sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju sebesar 51%.

3). *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun tanggapan responden mengenai variabel *responsiveness* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Responsiveness*
(Daya Tanggap)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Kesiapan petugas dalam melayani nasabah.	–	–	9%	63%	28%	100
2	Kejelasan informasi yang diterima	–	1%	14%	46%	39%	100
3	Ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah	1%	1%	12%	53%	33%	100
4	Kecepat tanggapan karyawan dalam melayani nasabah	–	–	5%	45%	50%	100

Berdasarkan tabel 4.7 yakni deskripsi tanggapan responden mengenai variabel *responsiveness* maka untuk pernyataan kesiapan petugas dalam melayani nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebesar 63%, kemudian pernyataan kejelasan informasi yang diterima maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 46%, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 53%, dan pernyataan mengenai kecepat tanggapan karyawan dalam melayani nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan sangat setuju sebesar 50%.

4). Assurance (Jaminan)

Assurance (jaminan) yakni adanya pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya diri para pelanggan kepada perusahaan. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel *assurance* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Assurance (Jaminan)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa bank	–	–	14%	61%	25%	100
2	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah	–	–	27%	60%	13%	100
3	Karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah	–	–	15%	64%	21%	100
4	Image/citra PT.Bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya	–	–	10%	68%	22%	100

Berdasarkan tabel 4.8 yakni deskripsi tanggapan responden mengenai variabel *assurance* , maka untuk pernyataan adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa bank rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 61%, kemudian pernyataan karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 60%, karyawan selalu membina

hubungan baik dengan nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 64%, dan pernyataan bahwa image/citra PT.Bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%.

5). *Empathy* (Empati)

Empathy berarti perusahaan memahami dan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Adapun tanggapan responden mengenai variabel *empathy* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Empathy* (Empati)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah	1%	1%	9%	67%	22%	100
2	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah	–	3%	43%	44%	10%	100
3	Bagi nasabah baru karyawan PT.Bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk Bank BRI	–	2%	32%	52%	14%	100
4	Perhatian karyawan terhadap nasabah yang complain	1%	1%	12%	70%	16%	100

Berdasarkan tabel 4.9 yaitu deskripsi tanggapan responden mengenai variabel *empathy* maka untuk pernyataan karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju

sebesar 67%, kemudian pernyataan mengenai pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 44%, bagi nasabah baru karyawan PT. Bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk Bank BRI rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 52%, dan pernyataan perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 70%.

6). Deskripsi Responden Mengenai Kepuasan Nasabah

Tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					N
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	
1	Keramahan para karyawan dalam melayani nasabah	1%	1%	9%	67%	22%	100
2	Kebersihan dan kenyamanan	–	3%	34%	43%	20%	100
3	Karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan secara efektif	–	2%	32%	52%	14%	100
4	Kecepatan para karyawan dalam melayani nasabah	–	–	9%	65%	26%	100

Berdasarkan tabel 4.10 yaitu deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang maka pernyataan keramahan para karyawan dalam melayani nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 67%, kemudian kebersihan

dan kenyamanan maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%, pernyataan bahwa karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan secara efektif maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 43%. Dan pernyataan mengenai kecepatan para karyawan dalam melayani nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 65%.

D. Uji Instrumen Penelitian

1 Uji Validitas

Menurut Setirah (2008:40) bahwa validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Jika melakukan penelitian langsung terhadap koefisien korelasi bisa digunakan maksimal korelasi di atas dari 0,30.

Kemudian dalam pengujian validitas digunakan korelasi Pearson yaitu dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari seluruh item. Adapun hasil uji validitas dari setiap instrument penelitian dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Standar Korelasi	Keterangan
1. Tangible	T1	0,458	0,30	Valid
	T2	0,698	0,30	Valid
	T3	0,685	0,30	Valid
	T4	0,622	0,30	Valid
2. Reliability	R1	0,744	0,30	Valid
	R2	0,694	0,30	Valid
	R3	0,610	0,30	Valid
	R4	0,681	0,30	Valid
3. Responsiveness	RV1	0,532	0,30	Valid
	RV2	0,793	0,30	Valid
	RV3	0,705	0,30	Valid
	RV4	0,514	0,30	Valid
4. Assurance	A1	0,689	0,30	Valid
	A2	0,766	0,30	Valid
	A3	0,665	0,30	Valid
	A4	0,537	0,30	Valid
5. Empathy	E1	0,737	0,30	Valid
	E2	0,675	0,30	Valid
	E3	0,648	0,30	Valid
	E4	0,398	0,30	Valid
6. Kepuasan Nasabah	Y1	0,621	0,30	Valid
	Y2	0,759	0,30	Valid
	Y3	0,748	0,30	Valid
	Y4	0,622	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 4.11 yakni hasil uji validitas terhadap variabel *tangible* dengan empat item pernyataan, ternyata semua item pernyataan valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30. Untuk variabel *reliability* dengan empat item pernyataan ternyata semua item pernyataan valid karena memiliki kisaran korelasi di atas 0,30. variabel *responsiveness* dengan empat item pernyataan ternyata semua item pernyataan sah/valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30. Kemudian untuk variabel *empathy* dengan empat item pernyataan, juga semua item pernyataan valid sebab nilai korelasinya di atas 0,30. Kemudian

untuk variabel kepuasan nasabah dengan empat item pernyataan, ternyata semua item pernyataan valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30. Berarti semua item pernyataan yang akan dimasukkan dalam analisis regresi dapat dikatakan valid sebab memiliki kisaran korelasi di atas 0,30.

2. Uji Realibilitas

Prosedur pengujian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien realibilitas alpha. Data untuk menghitung koefisien realibilitas alpha diperoleh melalui penyajian suatu bentuk skala yang dikenakan hanya sekali saja pada sekelompok responden. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien cronbach's alpha di atas 0,60. Teknik koefisien alpha untuk menguji realibilitas alat ukur dihitung dengan bantuan program *SPSS version, 23.00 for windows*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Realibilitas
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TANGIBLE	79,7800	35,648	,434	,730
RELIABILITY	80,6100	30,321	,611	,678
RESPONSIVENESS	78,9600	38,362	,221	,785
ASSURANCE	79,8400	32,459	,603	,685
EMPATHY	81,0100	32,111	,574	,692
KEPUASAN NASABAH	79,7500	32,270	,526	,705

sumber: data diolah denga SPSS

Nilai realibilitas dari variabel tabel 4.12 di atas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkolerasi kuat dan diterima, karena setiap nilai alpha melebihi nilai cut off 0,6, maka seluruh dimensi adalah realibel.

E. Metode Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X1,X2,X3,X4,X5) yang diolah dengan menggunakan bantuan SPSS 23,0, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.13
Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda
Coefficients

Variabel bebas	Variabel terikat	B	Beta	sig	Keterangan
Tangible	Kepuasan nasabah	0,021	0,018	0,854	Tidak signifikan
Reliability		0,286	0,295	0,006	Signifikan
Responsiveness		0,072	0,069	0,434	Tidak Signifikan
Assurance		0,178	0,160	0,153	Tidak Signifikan
Empathy		0,191	0,183	0,098	Tidak Signifikan
R = 0,553		Constant = 4,568			
R Square= 0,306		t= 2,015			
F= 8,280		Sig=0,000			

Sumber : data diolah dengan SPSS 23,0

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,568 + 0,021 X_1 + 0,286 X_2 + 0,072 X_3 + 0,178 X_4 + 0,191 X_5$$

Dimana :

4,568 = Variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan nasabah. Nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 4,568 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa yang

diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

0,021 = Besarnya koefisien variabel *tangible* yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,021 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) konstan.

0,286 = Besarnya koefisien variabel *reliability* yang berarti setiap peningkatan variabel *reliability* sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,286 dengan asumsi variabel lainnya (*tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*) konstan.

0,072 = Besarnya variabel *responsiveness* yang berarti setiap peningkatan variabel *responsiveness* sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,072 dengan asumsi variabel lainnya (*tangible, reliability, assurance, dan empathy*) konstan.

0,178 = Besarnya variabel *assurance* yang berarti setiap peningkatan variabel *assurance* sebesar 1% maka kepuasan meningkat sebesar 0,178 dengan asumsi variabel lainnya (*tangible, reliability, responsiveness, dan empathy*) konstan.

0,191 = Besarnya variabel *empathy* yang berarti setiap peningkatan variabel *empathy* sebesar 1% maka kepuasan meningkat sebesar 0,191 dengan asumsi variabel lainnya (*tangible, reliability, responsiveness, dan assurance*) konstan.

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

terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan pengaruhnya adalah *reliability* sebesar 0,286.

2. Uji T (Uji Parsial)

Hasil uji t dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* diperoleh nilai sig. < dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hipotesis menyatakan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Untuk menguji apakah pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan uji t (uji parsial) dengan tingkat kepercayaan 95% dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

A. Uji hipotesis Untuk Variabel Kualitas Pelayanan *Tangible* (Bukti Fisik)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan *tangible* (X_1) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X_1 terhadap Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara X_1 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X_1 = 0,184$)

$T_{hitung} (0,184) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikan sebesar 0,854 yang berarti > dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *tangible* dengan tingkat kepuasan nasabah (H_{a1} ditolak dan H_0 diterima).

B. Uji Hipotesis Variabel kualitas Pelayanan *Reliability* (Kehandalan)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan *reliability* (X_2) terhadap tingkat kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X_2 terhadap Y)

$H_a : \beta_2 > 0$ (ada pengaruh antara X_2 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X_2 = 2,792$)

$T_{hitung} (2,792) > T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,006 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel *reliability* dengan tingkat kepuasan nasabah dan menunjukkan X_2 berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (H_{a2} diterima H_0 ditolak)

C. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan *Responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X_3 terhadap Y)

$H_a : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh antara X_3 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X_3 = 0,785$)

$T_{hitung} (0,785) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,434 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* dengan tingkat kepuasan

nasabah (H_{a3} ditolak dan H_0 diterima).

D. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan *Assurance* (Jaminan)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan *assurance* (X_4) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X_4 terhadap Y)

$H_a : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh antara X_4 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X_4 = 1,439$)

$T_{hitung} (1,439) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,153 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* dengan tingkat kepuasan nasabah (H_{a4} ditolak dan H_0 diterima).

E. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan *Empathy* (Empati)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan *assurance* (X_5) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_5 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X_5 terhadap Y)

$H_a : \beta_5 > 0$ (ada pengaruh antara X_5 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X_5 = 1,670$)

$T_{hitung} (1,670) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,098 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh

yang signifikan antara variabel *empathy* dengan tingkat kepuasan nasabah (H_{a5} ditolak dan H_0 diterima).

F. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan satu variable dependen yaitu kepuasan nasabah dan lima variable independen yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 4.15 diketahui bahwa variabel *tangible* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khatimah (2011), yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Semarang yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *tangible* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terjadi karena nasabah tidak puas dengan pelayanan, terutama untuk kondisi area parkir. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Prasetyo (2013) dan Setirah (2008) yang menyatakan terdapat hubungan yang positif dan signifikan kualitas pelayanan pada variabel *tangible* terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *tangible* merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana dimensi *tangible* merupakan bukti fisik dari perusahaan berupa karyawan PT. Bank BRI berpenampilan menarik, peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern, kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman, serta karyawan mengenakan tanda

pengenal yang jelas. Dimensi *tangible* ini harus menjadi fokus perhatian dari manajemen Bank BRI terutama masalah peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern di mana ada 3% responden menyatakan tidak setuju. Di sisi lain, area parkir serta kondisi lingkungan gedung yg sempit sehingga mengakibatkan banyak nasabah yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Olehnya itu, pihak bank BRI harus berusaha mencari solusi dari keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Semakin mendukung kondisi fisik perusahaan maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Oleh karena dimensi kualitas pelayanan ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Unit Kalosi Enrekang maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi *tangible* agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.15 diketahui bahwa variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bandu (2009), mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN Rayon Makassar Barat yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (variabel *reliability*) dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gustriani (2012) yang menyatakan terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *reliability* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *reliability* merupakan kehandalan para

karyawan dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para nasabah. Semakin tinggi kehandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini berarti nasabah yakin dengan meningkatkan kualitas pelayanan, maka akan menambah kepuasan nasabah BRI Unit Kalosi Enrekang.

3. Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 4.15 diketahui bahwa variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Prasetyo (2013), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada variabel *responsiveness* tidak memiliki Pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna produk tabungan Simpedes di BRI Unit Baki. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Sudirman (2010) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *responsiveness* merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana *responsiveness* merupakan kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kejelasan informasi yang diterima, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, dan kecepatanggapannya karyawan dalam melayani nasabah. Dimensi *responsiveness* harus menjadi fokus perhatian dari manajemen Bank BRI karena masih banyak nasabah yang menyatakan tidak puas dengan pernyataan bahwa adanya staf khusus untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah serta masalah kejelasan

informasi yang diterima oleh nasabah. Oleh karena itu, pihak bank harus mencari solusi dari keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Unit Baraka, maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi *Responsiveness* agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

4. Pengaruh *Assurance* (Jaminan) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.15 diketahui bahwa variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Gustriani (2012) yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan BTN Batara, yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Bandu (2009) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *assurance* dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *assurance* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *assurance* merupakan tindakan atau sikap untuk memberikan rasa aman pada nasabah seperti adanya jaminan keamanan dalam melakukan layanan jasa bank, karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah, karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah, serta citra bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya. Dimensi *assurance* ini harus menjadi fokus perhatian dari manajemen bank BRI karena masih banyak

nasabah yang menyatakan kurang puas dengan jaminan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada nasabah. Oleh karena itu, pihak bank BRI harus berupaya untuk memberikan jaminan terhadap nasabah agar kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tetap terjaga. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena kualitas pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Unit Baraka Enrekang maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan *assurance* agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

5. Pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 4.15 diketahui bahwa variabel *empathy* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Happy (2009), berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo) di mana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *empathy* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gustriani (2012) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *empathy* terhadap kepuasan Nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *empathy* merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana *empathy* merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah seperti karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah, perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain dan bagi nasabah baru bank BRI terlebih dahulu menjelaskan

keuntungan untuk semua produk bank BRI. Dimensi *empathy* ini harus menjadi fokus perhatian manajemen bank BRI karena masih ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan adanya perhatian terhadap nasabah yang komplain. Perusahaan seharusnya tanggap terhadap berbagai keluhan/permasalahan yang dihadapi oleh nasabah. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena kualitas pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Unit Baraka Enrekang maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi *empathy* agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

Variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang, yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel *Reliability* (Kehandalan) berdasarkan uji t pada Tabel 4.15 Variabel *Reliability* (Kehandalan) mempunyai nilai $T_{hitung} (2,792) > T_{tabel} (1,986)$ paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan signifikan yang disyaratkan yaitu berada di bawah atau lebih kecil dari 5% (0,05), dimana signifikansi variabel *reliability* yaitu 0,006 atau 0,6%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *tangible*, menunjukkan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *reliability*, menunjukkan bahwa variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *responsiveness*, menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *assurance*, menunjukkan bahwa variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
5. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *empathy*, menunjukkan bahwa variabel *empathy* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas layanan, PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang maka variabel yang paling

dominan pengaruhnya adalah variabel *Reliability* (Kehandalan) berdasarkan hasil uji t variabel *reliability* mempunyai nilai T_{hitung} (2,792) > T_{tabel} (1,986) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan signifikan yang disyaratkan yaitu di bawah atau lebih kecil dari 5% (0,05), dimana signifikansi variabel *reliability* yaitu 0,006.

B. Saran

Hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang sebagai berikut:

1. Disarankan agar dalam meningkatkan kepuasan nasabah maka pihak manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, khususnya pada dimensi kualitas layanan *tangible* dengan menambah sarana dan prasarana ruang pelayanan. Untuk dimensi kualitas layanan *responsiveness* pihak bank sebaiknya lebih tanggap terhadap kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, seperti perlunya *customer service* yang mempunyai kemampuan komunikasi dengan baik sehingga bisa lancar berkomunikasi dengan nasabah. Kemudian untuk dimensi kualitas layanan *assurance* pihak bank BRI sebaiknya menjaga image/citranya di mata masyarakat atau nasabah dengan tetap menjaga eksistensinya sebagai bank komersil terkemuka. Adapun untuk dimensi kualitas layanan *empathy* pihak bank sebaiknya lebih tanggap terhadap nasabah yang komplain dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank BRI. Semakin tinggi

kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BRI akan berdampak bagi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

2. Variabel *tangibel*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* harus selalu ditingkatkan, agar nasabah selalu merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.
3. Mengingat bahwa *reliability* merupakan variabel yang paling dominan, maka disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
4. Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang harus mengelolah dengan baik antrian demi meningkatkan kenyamanan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang
5. Referensi untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Enrekang seperti pelayanan utama atau keunggulan produk, elemen manusia dari pengiriman layanan, sistematis pengiriman layanan dan tanggung jawab sosial sehingga data yang didapat sesuai dengan hasil yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Akbar. 2009. *Prinsip-prinsip pemasaran jasa*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Arikunto. 2012. *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan Ke 3 (Revisi). Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Bandu, Muh Yunus. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Barat*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke 1. Amara Books: Yogyakarta.
- Gustriani, Rini. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara*. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi* Vol. 2 (3): 253-259.
- Happy, Wendi Ardiawan. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo)*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Hardiyoko. 2009. *Analisis Pengaruh Pelayanan Bank Mandiri Cabang Yogyakarta Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Imran. 2009. *Riset Pemasaran*. Cetakan Ke 5. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Indra, 2010. *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah studi kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar*. *Jurnal Universitas Gajayana Malang*.
- Kasmir. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
----- *Pemasaran Bank*. Prenada Media: Jakarta.
- Kotler, Philip 2009. *Alih Bahasa: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE ; Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. PT Indeks: Jakarta.
----- *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. *Terjemahan Hendra Teguh*. PT Prenhalindo; Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. *terjemahan Hendra Teguh*. Jakarta: PT. Prenhalindo

- Khatimah, Husnul. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Cabang Semarang*. Jurnal Vol 1 (1): 17-21.
- Lovelock, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Andi: Yogyakarta
- Leksono, Tri. 2009. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPR Bank Jateng Cabang Utama Semarang*. Jurnal Universitas Negeri Semarang.
- Parasuraman, 2011. *Manajemen jasa konsep dan implementasi*. Edisi kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ridwan dan Akdom. *Rumusan dan Data Dalam Analisis Statistik*. Cetakan Ke 2. Alfabeta: Bandung.
- Prasetyo, Hafit. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki*. Jurnal Paradigma vol. 11 (2): 32-38.
- Setirah, Sarah. 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sudirman, Dewi Yanti, 2010, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Cabang Ahmad Yani Makassar*, Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke 6. CV Alfabeta: Bandung.
- *Metode Penelitian pendidikan Kualitatif*. Cetakan ke 6. CV Alfabet: Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke 2. Andi: Yogyakarta.
- Yamin,S. & Kurniawan, H. 2009. *SPSS Complete : Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek, Jakarta

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

- **Pendahuluan**

Sebelumnya saya sampaikan terima kasih atas kesediaan Bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pernyataan ini dibuat dengan maksud mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang**". Dengan melakukan studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang.

- **PETUNJUK PENGISIAN:**

1. Dimohon kesediaan anda untuk membaca dengan cermat butir-butir pertanyaan yang terdapat pada lembaran-lembaran berikut, kemudian pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat/sesuai dengan yang anda alami, ketahui, dan yakini dengan memberikan tanda ceklis pada salah satu jawaban pilihan anda.

2. Apapun jawaban anda akan dijamin kerahasiaannya

3. Apabila anda ingin mengubah pilihan yang telah anda tandai, berilah tanda silang (x) pada pilihan semula, dan kemudian berikan lagi tanda ceklis () pada pilihan baru

- **DATA RESPONDEN**

Bapak/ Ibu dimohon menjawab pernyataan umum beriku ini:

1. Usia responden:

- Dibawah 25 tahun
- 25-35 tahun
- 35-50 tahun
- Di atas 50 tahun

2. Jenis kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

3. Pendidikan terakhir

- SD
- SLTP
- SMA
- SARJANA
- PASCASARJANA

4. Pekerjaan

- Pelajar/mahasiswa
- Petani
- Pegawai Negeri/Karyawan
- Wiraswasta
- Lain-lain

• **PENGISIAN KUESIONER:**

Berikut ini penilaian anda terhadap kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Enrekang. Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang sesuai dengan penilaian anda.

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju/netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

DAFTAR PERNYATAAN

A. Tangible (Bukti Fisik)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan PT.Bank BRI berpenampilan menarik					
2	Peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern					
3	Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman					
4	Mengenakan tanda pengenal yang jelas					

B. Reliability (Kehandalan)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan PT.Bank BRI memberikan pengarahannya atas keunggulan produk yang ditawarkan					
2	Ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
3	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah					
4	Nasabah dapat menikmati layanan 24 jam phone banking					

C. Responsiveness (Daya Tanggap)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kesiapan petugas dalam melayani nasabah					
2	Kejelasan informasi yang diterima					
3	Ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah					
4	Kecepatangapan karyawan dalam melayani nasabah					

D. Assurance (Jaminan)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa bank					
2	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah					
3	Karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah					
4	Image/citra PT.Bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya					

E. Empathy (Empati)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah					
2	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah					
3	Bagi nasabah baru karyawan PT.Bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk Bank BRI					
4	Perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain					

F. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Keramahan para karyawan dalam melayanai nasabah					
2	Kebersihan dan kenyamanan					
3	Karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan secara efektif					
4	Kecepatan para karyawan dalam melayani nasabah					

DATA RESPONDEN

NO KUESIONER	PROFIL RESPONDEN			
	UMUR	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN	PEKERJAAN
1	35-50	2	3	4
2	<25	1	3	1
3	35-50	2	4	3
4	25-35	1	3	2
5	35-50	2	4	3
6	35-50	1	3	5
7	25-35	2	3	2
8	35-50	2	3	5
9	25-35	1	3	5
10	25-35	2	3	5
11	35-50	2	4	3
12	<25	2	3	1
13	25-35	2	4	3
14	25-35	1	3	2
15	25-35	1	3	2
16	35-50	2	5	3
17	35-50	2	3	5
18	35-50	1	4	3
19	35-50	2	4	3
20	35-50	1	1	2
21	<25	2	3	1
22	35-50	1	3	2
23	>50	1	4	3
24	35-50	2	1	2
25	35-50	2	3	2
26	35-50	1	3	2
27	25-35	2	3	5
28	25-35	1	4	3
29	25-35	2	4	3
30	<25	2	3	1
31	35-50	2	4	4
32	>50	2	3	2
33	25-35	2	2	2
34	35-50	2	4	3
35	25-35	2	3	1
36	35-50	1	3	2
37	<25	2	3	1
38	25-35	1	4	3
39	35-50	2	3	4
40	25-35	2	4	4
41	35-50	1	2	2
42	35-50	2	1	2

43	25-35	1	4	3
44	<25	2	3	1
45	35-50	2	4	3
46	>50	2	2	2
47	35-50	1	1	2
48	25-35	1	4	3
49	35-50	1	4	3
50	35-50	1	3	2
51	35-50	2	3	2
52	>50	1	4	5
53	35-50	2	3	4
54	25-35	1	4	3
55	<25	2	3	2
56	25-35	2	4	3
57	25-35	2	4	1
58	25-35	1	4	4
59	25-35	1	3	2
60	35-50	2	3	4
61	>50	2	2	2
62	35-50	2	3	2
63	25-35	1	3	2
64	35-50	1	3	2
65	35-50	1	3	2
66	35-50	2	4	3
67	25-35	2	4	3
68	<25	1	3	1
69	35-50	2	3	4
70	<25	2	2	1
71	35-50	2	3	4
72	35-50	2	3	2
73	<25	1	3	1
74	<25	2	3	1
75	25-35	1	4	3
76	35-50	1	3	5
77	35-50	2	4	3
78	25-35	1	3	2
79	35-50	2	4	3
80	35-50	2	4	3
81	35-50	2	3	2
82	<25	1	2	1
83	35-50	1	4	5
84	25-35	1	3	5
85	<25	2	2	1
86	<25	1	2	1
87	25-35	2	3	5
88	<25	2	2	1
89	<25	1	2	1
90	25-35	2	3	4

91	35-50	1	3	3
92	35-50	2	3	3
93	25-35	2	3	5
94	<25	1	2	1
95	25-35	2	3	5
96	>50	2	4	3
97	25-35	1	2	2
98	25-35	1	4	4
99	<25	2	3	1
100	<25	1	3	1

RIWAYAT HIDUP



Reski Ayu lahir di Rogo (Enrekang) 12 Mei 1995. Anak Pertama dari Tujuh bersaudara dan merupakan buah kasih sayang dari Musafir dan Jahira. Adapun jenjang pendidikan yang penulis lalui yaitu masuk ke SD 168 Sumbang tahun 2003 sampai tahun 2008. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 4 Alla' dan tamat pada tahun 2011. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA 1 CURIO dan tamat pada tahun 2014. Kemudian pada tahun 2014 penulis berhasil lulus pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada program strata 1 (S1). Dan pada tahun 2018, akan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul skripsi : **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang.**