

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BERTRANSAKSI PADA PT. BANK RAKYAT  
INDONESIA (PERSERO), TBK. CABANG  
KABUPATEN BARRU**

**Oleh**

**MISNA**

**10572 04799 14**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BERTRANSAKSI PADA PT. BANK RAKYAT  
INDONESIA (PERSERO), TBK. CABANG  
KABUPATEN BARRU**

**Oleh**

**MISNA**

**10572 04799 14**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2018**

## *Motto dan Persembahan*

*Jangan Pernah Takut dalam Mengambil suatu Keputusan Selasalah Berpikir Optimis karena Allah selalu bersama Kita dan Keluarga adalah Tempat Berbagi Cerita*

*Karya ini kupersembahkan untuk Kedua Orang Tuaku serta Keluarga besarku atas Keikhlasan dan Doanya dalam Mendukung Penulis Mewujudkan Harapan menjadi Kenyataan*



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin no. 259gedungigra lt.7 Tel. (0411) 860 837 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), tbk Cabang Kabupaten Barru

Nama Mahasiswa : Misna

No. Stambuk : 105720479914

Program Studi : Manajemen

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan Bahwa Skripsi Ini Telah Di Periksa dan Diajukan Di Depan Panitia Peguji Skripsi Strata Satu (S1) Pada Hari Rabu tanggal 29 Agustus 2018 Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

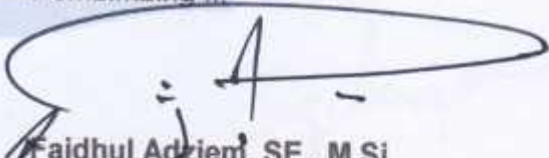
Makassar, 30 Agustus 2018

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. Idham Khalid, SE., MM  
NIDN: 0931126101

  
Faidhul Adziem, SE., M.Si  
NIDN: 00921018002

Mengetahui,

  
Ismail Rasulong, SE., MM  
NBM: 903678

Ketua Program Studi,

  
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 Misna, Nim : 105720479914, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomer : 0014/2018 M, Tanggal 29 Dzulkaidah 1439 H/ 29 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

29 Dzulkaidah 1439 H  
Makassar, \_\_\_\_\_  
29 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 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Muhammad Rusydi, SE., M.Si (  )  
2. Dr. Jam'an, SE., M.Si (  )  
3. Abdul Muttalib, SE., MM (  )  
4. Muh. Nur R, SE., MM (  )

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 : Misna

Stambuk : 105720479914

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Kabupaten Barru".

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.

Makassar, 29 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan,



Misna

NIM:105720479914

Diketahui Oleh :

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE, MM  
NBM: 903078

Ketua program studi manajemen

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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji Syukur Penulis Panjatkan Kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya terutama nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya dan kepada umatnya sehingga akhir zaman,amin.

Penulisan skripsi ini merupakan upaya untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan studi yaitu memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Kabupaten Barru”** dapat diselesaikan dengan waktu yang direncanakan.

Sebagai peneliti pemula, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Olehnya itu, saran dan kritikan yang sifatnya konstruktif dari berbagai pihak dengan senang hati penulis akan menerimanya. Penulis menyadari bahwa selama skripsi ini disusun banyak pendapat bantuan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menghanturkan terima kasih kepada Dr. Idham Khalid, SE., MM pembimbing I dan Faidul Adziem, SE.,M.Si pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dan dengan penuh

kesabaran senantiasa memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Teristimewa dan terutama sekali penulis sampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada Ayahanda Basir dan Ibunda Rahmina serta saudara-saudaraku atas segala pengorbanan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis menuntut ilmu sejak kecil sampai sekarang ini. semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi cahaya dan penerang kehidupan di dunia dan akhir

Kemudian skripsi ini dapat terwujud, semua berkat partisipasi dan kontribusi segenap pihak yang sungguh berarti. Karena itulah dengan penghargaan dan kerendahan hati penulis haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., M.M, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong. SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu, atas segala bimbingan dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama dibangku kuliah.



5. Bapak Buedhi winarno kepala Bank BRI cabang kabupaten Barru, dan mif Apmijaya BJ. SPO, Andi sucianti pet. SDM/sekretaris Bank BRI cabang kabupaten Barru serta seluruh karyawan yang telah meluangkan waktunya dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
6. Terima kasih sahabat Harlina Puspita Sari, Ayu Rosita, Megawati, Mutmainnah, Mutiani, selama ini selalu membantuku ketika saya mengeluh dan memberikan saya semangat sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini jasa-jasamu tidak pernah terlupakan.
7. Teman seperjuangan seluruh angkatan 2014 terkhusus untuk jurusan manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kerja sama dan kekompakan yang diberikan selama menjalani pperkuliahan.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan tidak sempat disebutkan satu persatu semoga menjadi ibadah dan mendapat imbalan dari-Nya tiada imbalan yang dapat diberikan oleh penulis, hanya kepada Allah SWT., penulis menyerahkan segalanya dan semoga bantuan yang diberikan selama ini bernilai ibadah disisi-Nya Amin.

Makassar, Mei 2018

Penulis

## ABSTRAK

Misna.2018. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Kabupaten Barru. (Dibimbing oleh Idham Khaliddan Faidhul Adziem)

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Kabupaten Barru. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan "*purposive sampling*". Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 48 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan study kepustakaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan stistik deskriptif.

Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis Ha1 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai t sebesar 6.235 > t table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa Ha1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, PT. Bank BRI Tbk (Persero)*

## **ABSTRACT**

Misna. Years 2018. The influence of service quality to customer satisfaction PT. bank rakyat BRI tbk (persero) branch barru district in.

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction pt. bank bri tbk persero branch distrik barru. This research is a quantitative descriptive research using sampling technique using incidental sampling. Unile the number of samples used in this study uas 48 respondents file collection tecniquves using observation and have questionnaireslibrary study. The analitycal methol used is a simple linear regressive analysis.

Based on the results of file analysis on the effect of service quality on customer satisfaction test results against hypothesis  $H_0$  using that service quality signifiantly positive influence on customer satisfaction. This can be seen the value of service quality coefficient of 1.026 with t value of  $6.235 > t$  table equal to 1.67722, and level of significan equal to 1 %. This indi cates that  $H_1$  which states that the quality of service affects customer satisfaction. Thus this prove that the actions of services by employees have a significant positive effect on customer satisfaction.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Pengertian Pelayanan .....	6
B. Karakteristik Jasa/Pelayanan .....	7
C. Kualitas Pelayanan .....	8
D. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan .....	11

E. Pengertian Kepuasan Pelanggan. ....	15
F. Kompenen Dasar Dalam Kepuasan Pelanggan .....	19
G. Pengukuran Kepuasan Pelanggan. ....	19
H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan .....	23
I. Penelitian Terdahulu.....	25
J. Kerangka Pemikiran. ....	30
K. Hipotesis .....	30
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Metode Pengumpulan Data.....	29
C. Jenis Dan Sumber Data.....	30
D. Populasi Dan Sampel. ....	31
E. Definisi Operasional Variable.....	32
F. Metode Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.. ..	12
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian .....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden jenis kelamin .....	41
Tabel 4.2	Karakter Responden Usia .....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Pendidikan .....	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Pekerjaan .....	43
Tabel 4.5	Karakteristik Nasabah Bank BRI .....	44
Tabel 4.6	Karakteristik Pendapatan .....	44
Tabel 4.7	Uji Validasi .....	46
Tabel 4.8	Model Summary .....	48
Tabel 4.9	<i>Coefficients</i> .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model Total <i>Quality Service</i> .....	12
Gambar 2.2	Skema Kerangka Pikir.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Hasil Analisis Data
2. Kuesioner Penelitian
3. Tabulasi Data

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Pembangunan ekonomi diarahkan untuk mengembangkan kehidupan ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme ekonomi pasar yang seimbang dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan terus diterapkan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja. Dalam hal ini setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam bidang bisnis. Perkembangan bisnis semakin meningkat dan kompleks sehingga menyebabkan timbulnya persaingan.

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut persaingan dalam dunia bisnis. Tujuan dasar bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi nasabah. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan nasabah yang puas, karyawan yang layak dan laba besar. Bagaimanapun nasabah merupakan tujuan utama suatu perusahaan, selain itu tugas lain dari perusahaan itu sendiri adalah menemukan strategi yang tepat dalam manajemen perusahaannya.

Demikian juga bisnis dalam sektor perbankan dimana tingkat persaingan suku bunga antar bank semakin ketat. Hal ini dikarenakan semakin menjamurnya lembaga-lembaga perbankan dan lembaga perkreditan yang berusaha menarik perhatian nasabah. Dengan semakin banyak lembaga perbankan dan lembaga perkreditan, sudah barang tentu

masyarakat mempunyai berbagai alternatif dalam menggunakan jasa perbankan. Dalam upaya penciptaan kepuasan nasabah, pihak bank seharusnya melakukan evaluasi terhadap tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga menghasilkan kepuasan nasabah terhadap bank yang dinaunginya.

Kepuasan adalah suatu proses yang dinamis secara berkala oleh suatu perusahaan manufaktur atau jasa. Karena pada dasarnya kepuasan inilah yang menghasilkan *profit* atau *revenue* pada perusahaan. Kepuasan dapat berubah, hal ini dikarenakan tingkat ekspektasi atau harapan semakin tinggi, sehingga menuntut adanya kualitas yang lebih. Meningkatnya tingkat persaingan terutama dalam bidang perbankan, termasuk aktivitas promosi informasi dan janji yang diterima nasabah ini akhirnya menaikkan harapan nasabah.

Di samping itu, bank perlu menciptakan produk-produk inovatif yang mampu menarik minat calon nasabah untuk bergabung menjadi nasabahnya. Produk-produk inovatif yang ini juga harus memperhatikan kualitas positif yang dapat dirasakan atau diperoleh nasabah, karena kualitas ini dapat memberikan kepuasanyang optimal pada nasabah. Selain itu, pihak bank dapat memberikan kotak kritik dan saran yang disediakan di tempat transaksi para nasabah, hal ini penting dilakukan oleh pihak untuk mengetahui, sejauh mana para nasabah merasakan pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*empathy*) yang diberikan oleh pihak bank.

Dampak yang bisa dilihat dengan adanya kualitas pelayanan yang



kurang baik maka nasabah akan pindah pada bank lain, jika bank lain dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga pelayanan yang baik akan menghasilkan tanggapan yang baik pula oleh nasabah. Akan tetapi, pelayanan yang buruk akan menghabiskan kesabaran nasabah.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis mengambil judul penelitian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk. Cabang Kabupaten Barru.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Kabupaten Barru.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan dua manfaat utama sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoretis**

- a. Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang telah peneliti

dapatkan di perkuliahan. serta untuk menambah wawasan tentang perbankan dalam hal ini adalah kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

- b. Bagi akademik diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan kepada almamater untuk dimanfaatkan sebagai sumber bacaan yang berguna.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan perusahaan khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.BankRakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan pelanggan yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dan keuntungan bagi perusahaan dalam bidang apapun. Namun sebagian besar organisasi atau perusahaan masa kini banyak yang hanya lebih memfokuskan pada hal-hal yang teknis dan seputar kinerja perusahaan, dan hanya sedikit sekali yang memperhatikan dari sisi manusianya. Itu sebabnya sangat diperlukan juga mengenai pelayanan bermutu.

Definisi pelayanan sendiri menurut Stamatis yang dikutip Tjiptono,(1997) adalah sistem manajemen strategi dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Selanjutnya untuk mengimplementasikan konsep kualitas pelayanan adalah merubah paradigma. Perubahan paradigma tersebut tidak hanya dalam alur atau struktur berfikir (*mindset*) para pelaku penyedia layanan namun juga diwujudkan dalam tataran realitas seperti struktur organisasi, sistem pertanggung jawaban, prosedur, proses dan sumber daya organisasi (Istianto, 2011).

Sugianti (2006) mengemukakan pelayanan mempunyai pengertian sebagai membantu menyiapkan atau mengurus apa yang di perlukan seseorang. Zeithaml et. al. dalam Laksana (2008), pelayanan dapat didefinisikan sebagai *The extent of discrepancy between customers*

*expectations or desire and their perceptions.* Berdasarkan pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

## **B. Karakteristik Jasa/Pelayanan (Service)**

Karakteristik jasa menurut Gasperz yang dikutip Sadu dalam Laksana (2008) terdiri dari 12 karakteristik, yaitu :

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk (*intangible output*).
2. Pelayanan merupakan output variabel, tidak standar.
3. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi.
4. Terdapat hubungan yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
5. Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan pelayanan.
6. Keterampilan personal diserahkan atau diberikan secara langsung kepada pelanggan
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal

8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan.
9. Perusahaan jasa pada umumnya bersifat padat karya.
10. Fasilitas pelayanan beradadekat lokasi pelanggan. Pengukuran efektifitas pelayanan bersifat subyektif.
11. Option penetapan harga lebih rumit.

### C. Kualitas Pelayanan

Salah satu cara untuk menempatkan perusahaan lebih unggul dari pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kuncinya adalah memenuhi harapan konsumen sasaran mengenai mutu jasa tadi. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi, (2006) yang dimaksud dengan pelayanan adalah Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Selanjutnya Payne (2000) menyatakan pelayanan adalah:

1. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindaklanjuti setiap kegiatan-kegiatan yang mengandung kekeliruan,
2. Ketepatan waktu dan *realibilitas* penyampaian produk dan jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.
3. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa perusahaan sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.



4. Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan, seluruh penagihan dan pengendalian total dengan kesalahan.
5. Penyampaian produk dan jasa yang di pesan pelanggan secara tepat waktu dan akurat dengan tindak lanjut dan tanggapan keterangan yang akurat, termasuk pengiriman tagihan tepat waktu.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah merupakan suatu kegiatan dimana perusahaan member pelayanan kepada pelanggan sehubungan dengan jasa sehingga dapat menimbulkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan memuaskan akan mempertinggi citra serta kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang di tawarkan kepada pelanggan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Yamit, 2001). Sedangkan kualitas pelayanan/jasa menurut Doming dalam ( Yamit, 2001) adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Bila pelayanan yang mereka terima atau nikmati ternyata jauh dibawah dari apa yang mereka harapkan, pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberian pelayanan/jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka cenderung akan memakai produk pelayanan/jasa tersebut. Kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2006) kualitas jasa adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan,

perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Dalam salah satu studi mengenai *serviceQuality* oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi, (2006) bahwa terdapat lima dimensi *serviceQuality* sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dan meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang di pergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Perhatian individual (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa yang memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

*Service Quality* dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antar eskpektasi pelanggan dengan persepsi pelanggan. Dimana *servicequality* merupakan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maupun dengan orientasi untuk menjadikan individu tersebut merasa nyaman dan puas dengan menggunakan jasa dan fasilitas yang diperolehnya. Dimensi dimensi kualitas jasa (*tangible reliability responsiveness, assurance* dan *emphaty*) harus dapat dilaksanakan dengan baik. Bila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka diharapkanakan meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### **D. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan**

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat

bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Menurut Istianto (2011), enam prinsip pokok dalam strategi pelayanan publik tersebut meliputi:

#### 1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya.

#### 2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manager puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

#### 3. Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

#### 4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

## 5. Komunikasi

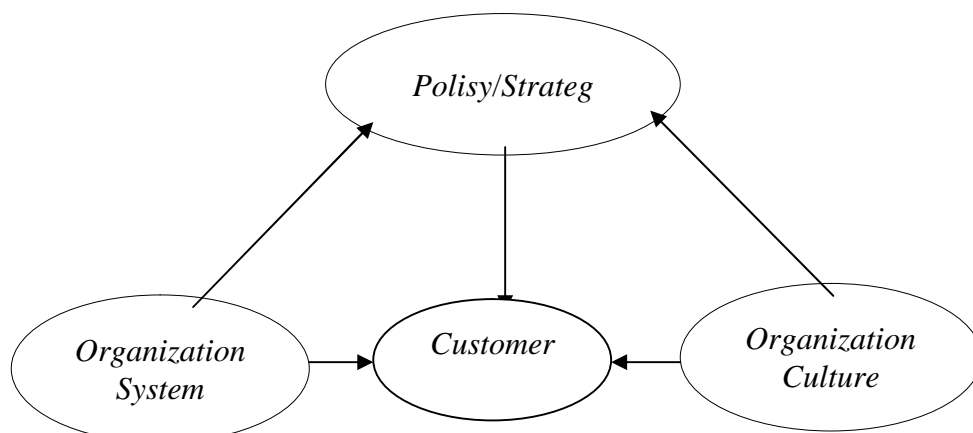
Implementasi strategi kualitas dalam strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stake holder* perusahaan lainnya, seperti pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

## 6. Penghargaan dan pengakuan (*Total Human Reward*)

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayani.

Menurut Stamatis (1996) yang dikutip Tjiptono dalam bukunya Istianto (2011), tampak suatu sistem yang saling berkaitan seperti ditunjukkan gambar dibawah ini

Gambar 2.1 Model *Total Quality Service*



Sumber : Iswanto (2011)

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diperoleh keterangan sebagai berikut:

1. Strategi : pernyataan yang jelas dan dapat dikomunikasikan dengan baik mengenai posisi dan sasaran organisasi dalam hal layanan pelanggan
2. Sistem : program, prosedur dan sumber daya organisasi yang dirancang untuk mendorong ,menyampaikan, dan menilai layanan/jasa yang nyaman dan berkualitas bagi pelanggan.
3. Budaya Organisasi : kualitas jasa dapat pula dipengaruhi oleh budaya organisasi dan cara pengorganisasiannya. Budaya organisasi (kekuasaa, peranan, prestasi, dan dukungan) berperan sebagai kunci pemahaman jenis pelayanan yang akan diberikan. Karakteristik budaya dantata nilai yang dimiliki organisasi memungkinkannya merespon kebutuhan pelanggan secara positif dan menyampaikan pelayanan yang berkualitas.
4. Tujuan keseluruhan : mewujudkan kepuasan pelanggan, memberikan tanggungjawab kepada setia porang dan melakukan perbaikan berkesinambungan.

Menurut Istianto (2011) implementasi konsep pelayanan berkualitas tersebut memberikan bebera manfaat utama,yaitu:

1. Meningkatnya indeks kepuasan kualitas (*qualitysatis factionindex*) yang diukur dengan ukuran apapun.
2. Meningkatnya produktivitas dan efisiensi.
3. Meningkatnya moral dan semangat karyawan.
4. Meningkatnya kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

keinginan pelanggan Nasution (2004). Tentunya kualitas pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tetapi berdasarkan pendapat Parasuraman, et al. dalam purnama (2006) bahwa kualitas pelayanan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan atau persepsi pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

#### **E. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Pelanggan (*customer*) adalah kata kunci bagi kesuksesan perusahaan. Peran yang demikian penting telah memaksa setiap perusahaan berupaya untuk menyusun kiat atau strategi untuk menarik mereka, sehingga mereka menjadi pembeli produknya.

Tidak hanya sampai disitu, dengan segala kiatnya perusahaan terus berupaya agar pelanggan menjadi pembeli berat atau bahkan *loyal customer*. Untuk sampai pada tujuan itu, maka perusahaan menyusun strategi yang sampai saat ini masih dianggap handal yakni menciptakan pelayanan terbaik bagi pelanggan sehingga mereka diperlukan secara khusus. Jika pelanggan telah merasakan hal yang demikian dan memiliki perspektif positif terhadap pelayanan tersebut, maka pelanggan akan selalu mengunjungi *outlet* perusahaan setiap ada kesempatan.

Menurut Gerson (2000), kepuasan pelanggan adalah apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas.

Menurut Kotler dan A.B. Susanto (2000), kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Berdasarkan definisi diatas diketahui bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi sempurna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasaan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan pelayanan sebagaimana tersebut diatas, maka perusahaan berpedoman pada suatu keyakinan yang menyatakan kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mendengarkan suara konsumen. Artinya, kemampuan dan kepekaan perusahaan dalam menangkap apa-apa yang menjadi harapan pelanggan adalah sangat menentukan baik buruknya pelayanan yang diberikan.

Pengertian customer mencakup 3 (tiga) hal, yang menentukan baik buruknya pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu:

1. *Eksternal customer* yaitu mereka yang mempunyai pengalaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. *Competitor customer* yaitu customer yang ingin direbut oleh perusahaan dari perusahaan lain yang sejenis.
3. *Internal customer* yaitu mereka yang menguntungkan pada pelayanan internal untuk menciptakan suatu pelayanan.



Setiap orang yang melakukan pembelian tentu mengharapkan produk atau jasa dapat digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Kepuasan didefinisikan disini sebagai evaluasi *pascakonsumsi* bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya dapat memenuhi atau melebihi harapan.

Alternatif tersebut bekerja sesuai dengan yang diharapkan. Ketidakpuasan adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif. Tekanan konsumerisme dan penghinaan *publik* yang semakin besar untuk kualitas produk yang jelek telah membawa topik ini ke garis terdepan dalam penelitian konsumen dalam dasawarsa terakhir.

Sedangkan ketidakpuasan pelanggan merupakan penilaian negatif dari kepuasan pelanggan, oleh karena kegagalan perusahaan memberikan harapan pelanggan dengan baik. Sifat atau kriteria pelanggan kepuasan adalah relatif, artinya tingkat kepuasan seseorang dengan orang lain tidak sama terhadap sesuatu. Kepuasan tidak selamanya diukur dengan uang, tetapi lebih didasarkan kepada pemenuhan perasaan tentang apa yang dibutuhkan seseorang. Uang tidak selamanya menjadi motif primer bagi seseorang, tetapi kebanggaan dan minat yang besar terhadap sesuatu akan memberikan kepuasan tersendiri baginya.

Tentang dampak ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat pada pernyataan Tjiptono (2004), yang menyatakan bahwa "perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks, umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada banyak orang".

Ketidakpuasan pelanggan seperti ungkapan diatas sangat membahayakan perusahaan, karena pelanggan yang tidak terlayani dengan baik dan tidak memperoleh kepuasan akan menyebarkan informasi negatif tentang perusahaan kepada pelanggan lain dan calon pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat. Menurut Fandy Tjiptono (2004), manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi lebih harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang.
3. Mendorong terciptanya kepuasan pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan sangat menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Tjiptono (2004), mengatakan kepuasan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan yang diperoleh pelanggan dapat memberikan umpan balik bagi perusahaan sehingga konsumen akan merasa senang dan akan tetap menggunakan produk atau jasa. Karena itu, hanya merekalah yang dapat menentukan kualitas seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan bagaimana kebutuhan mereka. Kotler amstrong, (2008) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

## F. Komponen Dasar Dalam Kepuasan Pelanggan

Giese & Cote (2000) mengatakan bahwa ada banyak definisi kepuasan pelanggan, namun tetap mengacu kepada tiga komponen umum yang dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan, yakni:

1. Respon, tipe, dan intensitas kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.
2. Fokus pada objek disesuaikan dengan standar yang ada
3. Waktu respon kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

## G. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan adalah suatu upaya melihat apakah para pelanggan telah memiliki kepuasan atas pelayanan yang diterima. Menurut Lupiyoadi (2001), beberapa faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk diantaranya:

1. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Keragaman produk (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standart-standart yang telah diterapkan sebelumnya.

5. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Kemampuan pelayanan (*service ability*), yaitu meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, mudah direparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan
7. Statika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra rasa dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu diadakan pengukuran. Alasan utama mengapa perlu diadakan pengukuran (Gerson, 2002) adalah:

1. Untuk mempelajari persepsi pelanggan

Pelanggan memiliki sifat individu dan setiap orang akan memandang sesuatu secara berbeda dari orang lain, meskipun dalam situasi yang sama. Walaupun banyak program pengukuran berusaha untuk mendapatkan gambaran rata-rata pelanggan yang akan menjadi dasar untuk membangun kembali program pelayanan pelanggan, paling tidak harus mengidentifikasi persepsi masing-masing individu pelanggan.

2. Untuk menentukan kebutuhan, persyaratan dan harapan pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk atau jasa yang mereka beli dan pelayanan yang mereka terima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dari perusahaan, dan juga harus mencari tahu apa spesifikasi produk atau manufaktur atau isi program yang mereka persyaratkan.

### 3. Untuk menutupi kesenjangan

Banyak sekali kesenjangan yang ada antara pelanggan dengan penyedia barang atau produk. Mengukur kesenjangan tersebut merupakan satu-satunya cara untuk menutupinya. Semua kesenjangan berdasarkan pada perbedaan persepsi antara penyedia dan pelanggan mengenai apa yang seharusnya disediakan oleh penyedia dengan apa yang seharusnya diterima oleh pelanggan.

Untuk memeriksa apakah peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak?

Perusahaan harus menetapkan standar kinerja, menginformasikannya kepada staf serta pelanggan dan kemudian mengukur kinerja sesungguhnya dengan standar tersebut. Bila perusahaan menetapkan tujuan bisnis berdasarkan persyaratan dan harapan pelanggan, dan kemudian mengukur kinerja dengan tujuan tersebut, maka perusahaan akan memiliki kesempatan yang sangat baik untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### 4. Peningkatan kinerja membawa peningkatan laba

Meskipun tidak ada jaminan, sangatlah aman untuk berasumsikan bahwa jika perusahaan meningkatkan kinerja pelayanan dan penyampaian, maka ada kemungkinan perusahaan akan mendapatkan peningkatan laba. Semakin banyak orang yang ingin membeli dari perusahaan, maka kontribusi volume penjualan terhadap laba juga meningkat. Dengan demikian pula, jika tingkat mutu pelayanan meningkat sejalan dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, perusahaan bisa membebankan harga yang lebih tinggi untuk barang atau jasa yang dijual.

5. Untuk mempelajari perusahaan melakukannya dan apa yang harus dilakukan kemudian Pelanggan akan memberi tahu apakah perusahaan memuaskan mereka atau tidak dan apa yang harus perusahaan lakukan untuk memuaskan mereka dimasa depan. Mereka juga akan memberitahukan apaka perusahaan perlu mengubah strategi atau arah bisnis.

Menurut Sugiyono (2004) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan

Sistem perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Metode ini yang digunakan bisa berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus.

2. *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon atau maupun dengan cara wawasan langsung.

3. *Ghost shooping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shooper*) untuk berperan sebagai pembeli atau memanfaatkan produk atau jasa perusahaan dan pesaing. Sehingga dapat diprediksikan tingkat kepuasan pelanggan atas produk atau jasa tersebut.

4. *Lost customer analysis*. Dalam metode ini perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah terpilih ke perusahaan atau produk lain. Hal ini

ditujukan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya peralihan konsumen kepada perusahaan lain, sehingga dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi selanjutnya.

#### **H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan**

Pada umumnya suatu perusahaan dinilai oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya karena kualitas pelayanan turut mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting, karena pelayanan yang diberikan kepada pelanggan penuh perhatian, bersahabat dan memahami produk yang disampaikan. Bila semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

Dalam bisnis jasa atau produk, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan pencapaian tujuan perusahaan. Kepuasan pelanggan hanya dapat diperoleh dengan pelayanan yang baik, oleh karena itu kualitas pelayanan selalu diusahakan oleh perusahaan sedemikian rupa sehingga mampu menampung semua aspirasi maupun keinginan pelanggan. Hal ini ditunjukkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar tetap setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdiri dari:

1. *Tangible*, meliputi:
  - a. Kondisi gedung
  - b. Kondisi peralatan
  - c. Tempat parkir
  - d. Kerapihan penampilan *customer service*
2. *Reability*, meliputi:
  - a. Ketepatan waktu pelayanan
  - b. Kecermatan *customer service* dalam melayani pelanggan
  - c. Kesungguhan *customer service* terhadap pelanggan yang mendapatkan masalah
  - d. Keakuratan pencatatan dokumen
3. *Responsiveness*, meliputi:
  - a. Kejelasan informasi
  - b. Kesiediaan *customer service* dalam memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan
  - c. Kesiediaan *customer service* dalam membantu kesulitan pelanggan
  - d. Keluangan waktu *customer service* dalam menanggapi permintaan pelanggan
4. *Assurance*, meliputi:
  - a. Perasaan aman para pelanggan
  - b. Kemampuan *customer service* dalam menangani masalah
  - c. Kesabaran *customer service* dalam memberikan pelayanan
5. *Empaty*, meliputi:
  - a. Perhatian *customer service* kepada pelanggan



- b. Pemahaman *customer service* akan kebutuhan dan perasaan pelanggan
- c. Kesungguhan *customer service* terhadap kepentingan pelanggan

Jika semua itu dapat dilakukan dengan baik oleh perusahaan, maka pelanggan akan merasa memperoleh keuntungan dengan selalu berhubungan dengan perusahaan langganannya yang sudah ia kenal baik dibandingkan dengan harapan-harapan perusahaan baru yang belum dikenal. Jika perusahaan secara konsisten memperhatikan kepentingan konsumen akan tetap berlangganan dengan perusahaan dan hubunganpun akan tetap terjaga dengan baik.

## I. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Muntiyas Syilvani (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang kusuma Negara ypgyakarta	Deskriptif Kuantitatif	Variabel-variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Secara parsial, variable (keandalan), jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap Bank BNI Syariah.
2.	Tri Hari Koestanto (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya.	Deskriptif Kuantitatif	Hasil ini mengindikasikan model penelitian layak. Hasil ini didukung dengan perolehan koefisien korelasi sebesar 84,1% yang menunjukkan

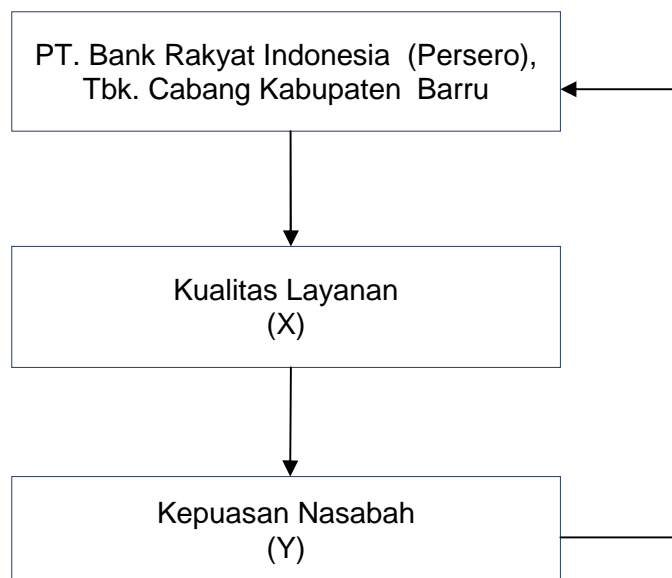
				<p>hubungan antara variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan 5 variabel kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang masing-masing menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi perbankan di Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya hanya pada variabel daya tanggap dan empati. Hal tersebut dapat diindikasikan dengan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut tidak melebihi = 5%.</p>
3.	Muhammad Zakiy (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.
4.	Silvia Mandey (2011)	Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan <i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara parsial

				hanya variabel <i>Responsiveness</i> yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Manajemen Bank Mandiri Tbk, Cabang Bahu Mall Manado sebaiknya memperhatikan <i>Tangible</i> dan <i>Responsiveness</i> , untuk dapat memenuhi tujuannya, yaitu kepuasan nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
5.	Sri Wahyuni (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta	Deskriptif kuantitatif	Kualitas layanan <i>internet banking</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan. Variabel konstruk kualitas layanan yang paling mempengaruhi loyalitas adalah indikator X3 atau <i>Responsiveness</i> (daya tanggap). Menurut responden, fasilitas <i>internet banking</i> di BRI telah menyediakan layanan yang maksimal bila terjadi masalah pada penggunaan.

Sumber: Artikel Tahun 2010-2016

## J. Kerangka Pikir

Berdasarkan paparan di bawah, maka kerangka pikir penelitian ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:



**Gambar 2.2**

### **Skema Kerangka Pikir**

## K. Hipotesis

Berdasarkan paradigma diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Kabupaten Barru.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru. dengan waktu kurang lebih dua bulan. Yaitu bulan Januari s/d bulan Februari 2018. Waktu pelaksanaan penelitian akan dilaksanakan dalam waktu bulan terhitung dari bulan Januari hingga Februari 2018.

Tabel Jadwal penelitian

No	Kegiatan	Januari		Februari	
		Minggu			
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
1	Persiapan Penelitian	■			
2	Perencanaan	■			
3	Studi Lapangan	■	■		
4	Pengumpulan Data		■	■	
5	Pengolahan Data			■	■
6	Analisis dan Kesimpulan				■
7	Penyusunan Laporan			■	■

Gambar 3.1

## **B. Metode Pengumpulan Data**

Ada beberapa cara pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Observasi Langsung yaitu dengan cara mengamati langsung aktivitas serta mencatat yang dilakukan oleh perusahaan, guna pengambilan data yang sesuai dengan apa yang diperlukan.
2. Kuesioner yang digunakan dalam bentuk tanda silang dimana responden memilih jawaban-jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dianggap paling sesuai.
3. Study Kepustakaan (*Library Research*) yaitu mengumpulkan materi-materi yang digunakan sebagai landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang ada atau landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan untuk memberikan solusi dari permasalahan yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Dalam melakukan penelitian ini jenis data yang digunakan ialah data kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif yaitu variasi data yang diberikan oleh sumber yang sifatnya sangat beragam.
- b. Data kuantitatif yaitu data terstruktur atau berpola sehingga data yang diperoleh dari responden yang ditanyai atau yang diamati di ubah menjadi satuan kuantitatif atau angka.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti, yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru yang masih bersifat data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti.
- b. Data sekunder adalah data yang dicatat, diakses, atau meminta data baku dari pihak yang telah mengumpulkannya di lapangan yang masih memiliki relevansi dengan penelitian, seperti dari buku-buku dan tulisan.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2006), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut PT. bank rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru bahwa jumlah nasabahnya sebanyak 48 orang.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan konsep yang disebutkan di atas, populasi jumlahnya sebanyak 48 responden maka peneliti mengambil sampel sebanyak 48 responden yaitu hanya jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Kabupaten Barru. Dalam penentuan sample peneliti menggunakan teknik

“purposive sampling” purposive sampling adalah teknik penelitian sample dengan pertimbangan tertentu (sugiono).

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional adalah definisi yang perlu diamati, dimana konsep ini menentukan adanya hubungan empiris. Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini, yaitu:

- a. Kualitas layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai atribut-atribut dimensi pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya

#### **F. Metode Analisis Data**

Data yang berhasil dikumpulkan, kemudian akan diolah dengan metode regresi berganda, untuk menguji pengaruh variabel independent yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru. Sebelum dilakukan pengujian dengan regresi sederhana, terlebih dahulu dilakukan pengujian dengan beberapa teknik untuk menganalisis data sebagai persyaratan dari metode regresi sederhana. Beberapa teknik tersebut adalah sebagai berikut:



## 1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2006), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini statistik deskriptif berdasarkan karakteristik responden, meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

## 2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval dan rasio dalam suatu persamaan linier (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002)

Rumus persamaan regresi sederhana adalah (Singgih Santoso 2000):

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien variabel

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

e = Error

### 3. Uji Hipotesis

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variable bebasnya secara sendiri-sendir terhadap variabel terikatnya.

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2004).

Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan t hitung dengan table (Ghozali 2001):

- 1) Jika statistik dihitung (angka t output) > statistik tabel (tabel t), maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.
- 2) Jika statistik hitung (angka t output) < statistik tabel (tabel t), maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun

1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

## **2. Visi dan Misi PT.Bank BRI**

### **a. Visi BRI**

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah

### **b. Misi BRI**

- 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat
- 2) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik.
- 3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.



### 3. Struktur Organisasi Bank BRI Cabang Kabupaten Barru

Struktur organisasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi karena secara langsung menggambarkan skema wewenang dan tanggung jawab setiap anggota organisasi pada setiap jenis pekerjaan demi terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Struktur organisasi sering disebut bagan atau skema organisasi dengan cara memberikan gambaran secara skematis tentang hubungan pekerjaan antara personil yang satu dengan yang lainnya yang terdapat dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama

Demikian halnya dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk cabang kabupaten barru, personilnya melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab dan wewenangnya masing-masing, dan satu sama lain saling berhubungan dalam usaha menciptakan suasana kerja yang disiplin dan dinamis. Struktur organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang kabupaten barru sebagai berikut.

- a. Pimpinan cabang membawahi
  - 1) Account officer
  - 2) Funding officer
  - 3) Mantri badan kredit desa ( BDK)
  - 4) Tenaga penegasan tempat pelayanana
  - 5) Simpanan pinjam

- b. Manajer operasional

Asisten manajer operasional, membawahi:

- 1) pelayanan dana jasa dan devisa, yang terdiri dari fungsi-fungsi:

unit pelayanan nasaba, administrasi dana dan jasa

- 2) Pelayanan devisa Supervisi pelayanan kas Membawahi
    - a) Kasir induk
    - b) Teller ( tunai, tpsun, kliring ) payment point
  - 3) Fungsi entri data supervisor administrasi kredit terdiri dari fungsi-fungsi
    - a) Oprasional kredit umum
    - b) Oprasional kredit tpsun
    - c) Protopolio
  - 4) Coordinator akuntansi dan laporan, terdiri dari fungsi-fungsi
    - a) Veripikator
    - b) Petugas laporan
    - c) Petugas 1 F / Posko
    - d) Operator
    - e) Arsip
  - 5) Supervisor pelayanan interen, terdiri dari fungsi-fungsi
    - a) Sekretaris
    - b) Personalis SDM
    - c) Logistic
    - d) Supir satpam, pramubakti
- c. Manajer bisnis mikro membawahi
- 1) Asisten Manajer Mikro membawahi
    - a) Petugas administrasi unit
    - b) Petugas rekonsiliasi unit
    - c) Pegawai cadangan
    - d) Tim kurir kas



- 2) Kepala BRI unit
  - a) Mantri
  - b) Deskman
  - c) Teller
  - d) BRI unit dapat membawahi pos khusus, pos pelayanan desa dan payment point.
- d. Pengawasan intern cabang. Pengawasan intern cabang bertanggung jawab langsung kepada pincan dalam melakukan pengawasan intern ,yang untuk keadaan tertentu wajib lapor langsung kepada pinwil.
- e. Pimpinan cadangan

Pimpinan cadangan bertanggungjawab langsung kepalan pincang induk dengan membawahi fungsi-fungsi.

  - 1) Account officer
  - 2) Supervisor membawahi
    - a) Teller
    - b) Unit pelayanan nasabah
    - c) Payment poit
    - d) Petugas administrasi kredit
    - e) Fungsi pelayanan interen.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Responden pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk cabang baru. cukup beragam baik dari jenis kelamin, pendidikan dan usia.

Dalam penelitian ini menggunakan metode regresi sederhana. Untuk pengolahan data menggunakan software SPSS 16.

Berikut akan di jelaskan dapat dilihat pada penjelasan tiap terlebih dahulu karakteristik responden melalui dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, lama menjadi nasabah Bank BRI.

a. Berdasarkan jenis kelamin

Tingkat jenis kelamin responden yang ada pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), cabang kabupaten Barru dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	18	37,5%
2	Perempuan	30	62,5%
Jumlah		48	100

*Sumber : Data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel tersebut, maka diperoleh data dari 48 orang responden. bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 30 orang responden atau sebesar 62,5%. Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang responden atau sebesar 37,5%.

b. Berdasarkan Usia

Tingkat usia responden yang ada pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), cabang barru dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2****Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (Tahun)	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	<15	0	0%
2	16 – 19	10	20,83%
3	20 – 29	11	22,91%
4	30 – 40	15	31,25%
5	41 – 50	11	22,91%
6	>50	1	2,08%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa komposisi tingkat usia responden yang terbanyak adalah berada pada tingkat usia 30– 40 tahun sebanyak 15 orang responden dengan persentase sebesar 31,25%.

c. Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan responden pengguna jasa pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.3****Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	SMU	12	25%
2	DIPLOMA	16	33,33%
3	SARJANA	20	41,66%
JUMLAH		48	100%

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang terbanyak adalah tingkat pendidikan Sarjana yakni sebanyak 20 orang responden dengan persentase sebesar 41,66%.

d. Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden pada PT. Bank BRI Indonesia (Persero), Cabang baru, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pengawai negeri sipil / TNI	18	37,5%
2	Wiraswasta	5	10,7%
3	Ibu rumah tangga	3	5,24%
4	Pelajar / mahasiswa	5	10,7%
5	Lainnya	17	35,7%
Jumlah		48	100

*Sumber : Data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat jumlah responden yang terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah dari kalangan pengawai negeri sipil / TNI terdapat 18 orang responden dengan persentase sebesar 37,5%

e. Berdasarkan Lama menjadi nasabah Bank BRI

Tingkat lama menjadi nasabah responden pengguna jasa pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.5****Karakteristik Eesponden Berdasarkan lama menjadi nasabah Bank BRI**

No	Lama menjadi nasabah BankBRI	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	1 Tahun	12	25%
2	1 – 2 tahun	25	52,3%
3	3 tahun	11	22,7%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat lama menjadi nasabah Bank BRI responden yang terbanyak adalah tingkat 1-2 tahun sebanyak 25 orang responden dengan persentase sebesar 52,3%.

f. Berdasarkan pendapatan tiap bulan

Tingkat pendapatan tiap bulan responden pengguna jasa pada PT. Bank rakyatIndonesia (Persero), Tbk. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 5.6****Karakteristik Responden Berdasarkan lama pendapatan tiap bulan**

No	Pendapatan tiap bulan	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
1	<1 juta	11	22,9%
2	1 – 2 juta	16	33,3%
3	>3 juta	21	43,7%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan tiap bulan responden yang terbanyak adalah tingkat 3 tahun sebanyak 21 orang responden dengan persentase sebesar 43,7%.

## **2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru**

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan variabel tak bebas (*variabel dependen*).

Sebagaimana telah disinggung pada bab terdahulu, Uji Validitas (uji kesahihan) digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Untuk item-item pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan. Hasil uji validasi dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Uji Validasi**

Variabel	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Ket
X1	0.486	0.422	Valid
X2	0.431	0.422	Valid
X3	0.481	0.422	Valid
X4	0.512	0.422	Valid
X5	0.899	0.422	Valid
X6	0.921	0.422	Valid
X7	0.498	0.422	Valid
X8	0.511	0.422	Valid
X9	0.732	0.422	Valid
X10	0.596	0.422	Valid
X11	0.450	0.422	Valid
X12	0.528	0.422	Valid
Y1	0.812	0.422	Valid
Y2	0.509	0.422	Valid
Y3	0.479	0.422	Valid
Y4	0.683	0.422	Valid
Y5	0.710	0.422	Valid
Y6	0.999	0.422	Valid
Y7	0.509	0.422	Valid
Y8	0.439	0.422	Valid
Y9	0.533	0.422	Valid
Y10	0.712	0.422	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan data tersebut pada tabel diatas tersebut, dengan melihat nilai *Pearson Correlation* antara variabel (X) dan variabel(Y) berada pada taraf signifikansi korelasi sebesar 0,00, maka dapat dinyatakan bahwa item-item pertanyaan untuk Variabel X dan Y dinyatakan valid.

Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode analisis data regresi sederhana dengan bantuan SPSS. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan variabel tak bebas (*variabel dependen*).

Regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal. Regresi linier sederhana hanya memiliki satu peubah yang dihubungkan dengan satu peubah tidak bebas . Bentuk umum dari persamaan regresi linier untuk populasi adalah :

$$Y = a + b X$$

Di mana:

Y = Kepuasan Nasabah

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Parameter Koefisien Regresi Variabel Bebas

e = Faktor kesalahan

Dalam melakukan perhitungan analisis regresi semua data diolah dengan menggunakan computer aplikasi *software* SPSS 21.0 *for windows*. Adapun hasil analisis yang diperoleh dari aplikasi pengolahan data SPSS yaitu sebagai berikut:

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan



yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Sedangkan Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan. Berikut hasil analisis data gaya Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru.

**Tabel 4.8 Model Summary**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.677 <sup>a</sup>	.458	.446	2.93874	.458	38.875	1	46	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Olahan data, 2018

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh  $R = 0.677$ , dengan  $R^2 = 0.458$ . Nilai R merupakan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar kualitas model regresi linier yang terbentuk, maka diperhatikan nilai koefisien determinasi (R square) = 0.4580. Nilai tersebut menunjukkan informasi bahwa 45.8% nilai dari besarnya kepuasan nasabah telah dapat dijelaskan oleh data kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 54.2% informasi mengenai besarnya kepuasan nasabah belum dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas tersebut.

**Tabel 4.9 Coefficients**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-9.631	7.851		-1.227	.226
Kualitas Layanan	1.026	.165	.677	6.235	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
Sumber: Hasil Olahan data, 2018

Berdasarkan pada tabel diatas, digunakan untuk melihat uji koefisien. Diketahui bahwa nilai dari hasil t hitung  $6.235 > t$  table sebesar  $1.67722$ , yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Taraf kesalahan sebesar 5% atau 0.05, maka dilakukan uji hipotesis:

$H_0$  = ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru.

$H_a$  = tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru.

Dari nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi diperoleh persamaan sebagai berikut :

a) Kinerja karyawan =  $6.235 + 1.026$

b) Nilai konstanta sebesar 6.235 menyatakan jika tidak ada variabel bebas, maka kepuasan nasabah sebesar 6.235.

c) Nilai koefisien sebesar koefisien 1.026 menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas layanan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 1.026.

Nilai uji t menunjukkan tingkat signifikansi konstanta dan variable independent. Signifikansi variable konstanta; sig. =  $0.000 < 0.05$  ini

menunjukkan bahwa konstanta mempengaruhi secara signifikan dalam regresi linear sederhana.

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru bersifat positif (apabila semakin baik kualitas pelayanan maka peningkatan kepuasan nasabah juga akan naik atau semakin baik).

Dengan demikian pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Cabang Kabupaten Barru yang ditunjukkan dengan angka signifikan  $\alpha 0,00 < 0,05$  ada tabel *model summary*. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di atas, maka hipotesis yang di ajukan sebelumnya dapat diterima.

### c. Pembahasan Hasil Penelitian

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu perusahaan pemerintah sebagai sarana menyimpan uang. Ketika seorang nasabah pergi ke sebuah bank, maka nasabah tersebut cenderung menjadi seorang yang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk menjadi nasabah sebuah bank.

Seorang nasabah dalam memilih sebuah bank sebagai tempat menyimpan uang, tentunya akan memperhatikan aspek-aspek apakah yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih. Tentunya selain aspek program dan besaran bunga bank adalah kualitas pelayanan pegawai bank.

Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolok ukur tingkat kepuasan nasabah terhadap suatu layanan. Ketika seorang nasabah telah menemukan produk yang diinginkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan kualitas produk, kejelasan informasi, atau tentang tingkat kualitas pelayanan yang baik.

Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis  $H_{a1}$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai  $t$  sebesar 6.235 >  $t$  table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian statistik  $t$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana dalam penelitian ini diukur yaitu perusahaan harus mengungkapkan informasi secara tepat waktu dalam penyampaian pesan (layanan) yang tepat, kelengkapan laporan yang meliputi visi, misi, sasaran usaha, strategi perusahaan,. Dengan keadaan seperti ini menyebabkan tekanan yang cukup besar terhadap pelanggan sehingga menyebabkan kepuasan Nasabah akan meningkat.

Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas

pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan.

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sirhan Fikri (2016) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa, menunjukkan hasil dari penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Hal ini juga selain di dukung oleh penellitian terdahulu, juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono, bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Jadi bisa penulis simpulkan berdasarkan hasil statistik menunjukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang menimbulkan tekanan yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis  $H_0$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai  $t$  sebesar 6.235 >  $t$  table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan bahwa:

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang, khususnya dalam hal ini adalah bagi pihak PT. bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang kabupaten barru sendiri selaku perusahaan pengelola.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman karena *customer service* dari PT. bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk cabang Kabupaten Barru dinilai rama sehingga penilaian terhadap

kualitas pelayanan baik kemudian dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam laksana (2008). Manajemen pemasaran yogyakarta : Grahailmu mangkunsegara
- Adrian Payne. (2000). *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Giese & Cote.(2000). *Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer*
- Istianto,Bambang.(2011).*ManajemenPemerintahanDalamPerspektifPelayanan Publik*.Jakarta:MitraWacanaMedia.
- Kotler philip : dan A.B susanto (2000) manajemen pemasaran edisi kesebelasan jilid 1, Alih Bahasa Benyamin molan, Editor yenna waldemas. Jakarta indeks
- Kotler, Phili dam Amstrong, (2006). *Definisi* kepuasan pelanggan, Jilid 1 Edisi kedua belas : Jakarta
- Nasution (2004),et al dalam buku purnama”.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. Manajemen Kualitas: Perspektif Global.Yogyakarta: Ekonisia.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarata: PenerbitSalembaEmpat.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarata: Penerbit SalembaEmpat
- Singgih santoso,(2000).*Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2006.
- Sugianti (2006) definisi pelayanan Edisi kesebelasan : jakarta
- Sugiono .2004 .*Metode Penelitian Bisnis* .Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, bandung.
- Tjiptono,Fandy.(2004).*Prinsip-PrinsipTotalQualityService*.Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono (1997:14)*sistem manajemen strategic*.jakarta.
- Yamit, Zulian. (2001). Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi2. Yogyakarta: Ekonisia.
- <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>

L

A

M

P

I

R

A

N

## Lampiran

## Hasil Analisis Data

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Nasabah	39.2500	3.94914	48
Kualitas Layanan	47.6458	2.60515	48

## Correlations

		Kepuasan Nasabah	Kualitas Layanan
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1.000	.677
	Kualitas Layanan	.677	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	.000
	Kualitas Layanan	.000	.
N	Kepuasan Nasabah	48	48
	Kualitas Layanan	48	48

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Layanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.677 <sup>a</sup>	.458	.446	2.93874	.458	38.875	1	46	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	335.735	1	335.735	38.875	.000 <sup>b</sup>
Residual	397.265	46	8.636		
Total	733.000	47			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-9.631	7.851		-1.227	.226
Kualitas Layanan	1.026	.165	.677	6.235	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH**  
**BERTRANSAKSI PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA**  
**(PERSERO), Tbk CABANG**  
**KABUPATEN BARRU**

Kepada Responden yang Terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi / tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar(Unismuh) maka dari itu diperlukan dukungan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) untuk membantu saya mengisi kuisisioner ini.

Kuisisioner ini diedarkan untuk mengetahui tingkat kepuasan jasa perbankan khususnya PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Masukkan informasi yang jujur, banar, dan akurat, sangat diharapkan agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas layanan PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Nama : Misna

NIM : 105720479914

## A. Data Responden

Petunjuk: berilah tanda cek list (✓) pada tempat yang telah disediakan

Nama:

1. Jenis kelamin

pria

wanita

2. Usia

< 15 tahun

30 – 40 tahun

16 – 19 tahun

41 – 50 tahun

20 – 29 tahun

> 50 tahun

3. Pendidikan terakhir

SD

Diploma ( D1, D2, D3)

SMP

Sarjana (S1,S2,S3)

SMU

4. Pekerjaan

pegawai negeri sipil / TNI

ibu rumah tangga

pegawai swasta

pelajar / mahasiswa

wiraswasta

lainnya (sebutkan)

5. Lama menjadi nasabah Bank BRI

1 tahun

1 – 2 tahun

3 tahun

6. Pendapatan tiap bulan

< 1 juta

1- 2 juta

> 3juta

## B. Keterangan Responden

Petunjuk pengisian

Pada kolom tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan anda dimohon memilih angka 1-5 dengan tanda memberikan cek list (✓) pada kolom jawaban yang anda pilih. Sesuai dengan pandangan Anda sebagai nasabah Bank Rakyat Indonesia terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap atribut-atribut mutu jasa tersebut.

Keterangan :

1. Sangat puas
2. Puas
3. Cukup puas
4. Kurang puas
5. Tidak puas

### C. Kualitas Layanan

No	Indikator	Pernyataan	Pilihan Pernyataan				
			Sp	P	Cp	Kp	Tp
1.	Bukti Fisik	1. Karyawan berpakaian seragam bersih dan berpenampilan rapi					
		2. Karyawan memperhatikan tata rias wajah, rambut dan aksesoris					
2.	Keandalan	3. Karyawan membantu memberi solusi atas keluhan yang disarankan nasabahnya					
		4. Karyawan memiliki wawasan luas mengenai perbankan					
3.	Daya tanggap	5. Karyawan berdiri menyambut nasabah, memberi senyum & salam,serta mempersilahkan duduk pada saat nasabah					

		6. Datang karyawan melaksanakan pelayanan dengan cepat.					
4.	Jaminan	7. Karyawan memberi jaminan					
		8. terhadap pelayanan yang nyaman, tepat, dan teliti.					
		9. Karyawan memberi janji waktu penyelesaian masalah dan menepatinya.					
5.	Empiris	10. Karyawan meminta maaf atas setiap complain dan ketidaknyamanan yang diajukan oleh					
		11. nasabah					
		12. Karyawan mengucapkan terima kasih dan salam akhir layanan.					



#### D. Kepuasan Nasabah

No	Indikator	Pernyataan	Pilihan Pernyataan				
			sp	P	Cp	kp	Tp
1.	Empiris	1. Anda puas telah mendapatkan keramahan para karyawan PT. Bank BRI cabang baru dalam melayani sesuai dengan harapan anda.					
		2. Anda puas telah mendapatkan kecepatan para karyawan PT. Bank BRI cabang baru dalam melayani sesuai dengan harapan anda.					
		3. Anda puas dan nyaman dengan kebersihan di PT. Bank BRI cabang baru					
		4. Anda puas telah mendapatkan keamanan dalam menabung di PT. Bank BRI cabang baru.					
2.	Teoritis	5. Anda puas telah mendapatkan teknologi pendukung untuk mempermudah transaksi di PT. Bank BRI cabang baru.					
		6. Anda puas telah mendapatkan fasilitas ATM dari PT. Bank BRI					

		cabang baru.					
		7. Anda puas telah mendapatkan keamanan dalam pengguna fasilitas ATM di PT. Bank BRI cabang baru					
3.	Praktis	8. Anda puas telah mendapatkan ATM yang berteknologi tinggi sehingga lebih praktis di PT. Bank BRI cabang baru					
		9. Anda puas telah mendapatkan ATM yang dapat membantu dalam melakukan berbagai pembayaran seperti rekening listrik, telepon, air dan lainnya di PT. Bank BRI cabang baru					
		10. Anda puas telah mendapatkan transaksi by <i>phone</i> via internet diPT. Bank BRI cabang baru					

## Tabulasi Data

### Kepuasan Nasabah

NO	Responden	Indikator										Total
		Empiris				Teoritis			Praktis			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
6	6	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	34
7	7	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
8	8	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
9	9	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
10	10	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
11	11	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
12	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	16	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42







20	20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
21	21	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
22	22	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	50
23	23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
24	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
26	26	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	50
27	27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	50
28	28	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
29	29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
30	30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	50
31	31	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51
32	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
33	33	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
34	34	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
35	35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
36	36	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	49
37	37	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	46
38	38	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	44
39	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
40	40	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
41	41	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
42	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
43	43	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	43





## Dokumentasi



Pada saat pengisian kuesioner



Pada Saat Pengisian Kuesioner

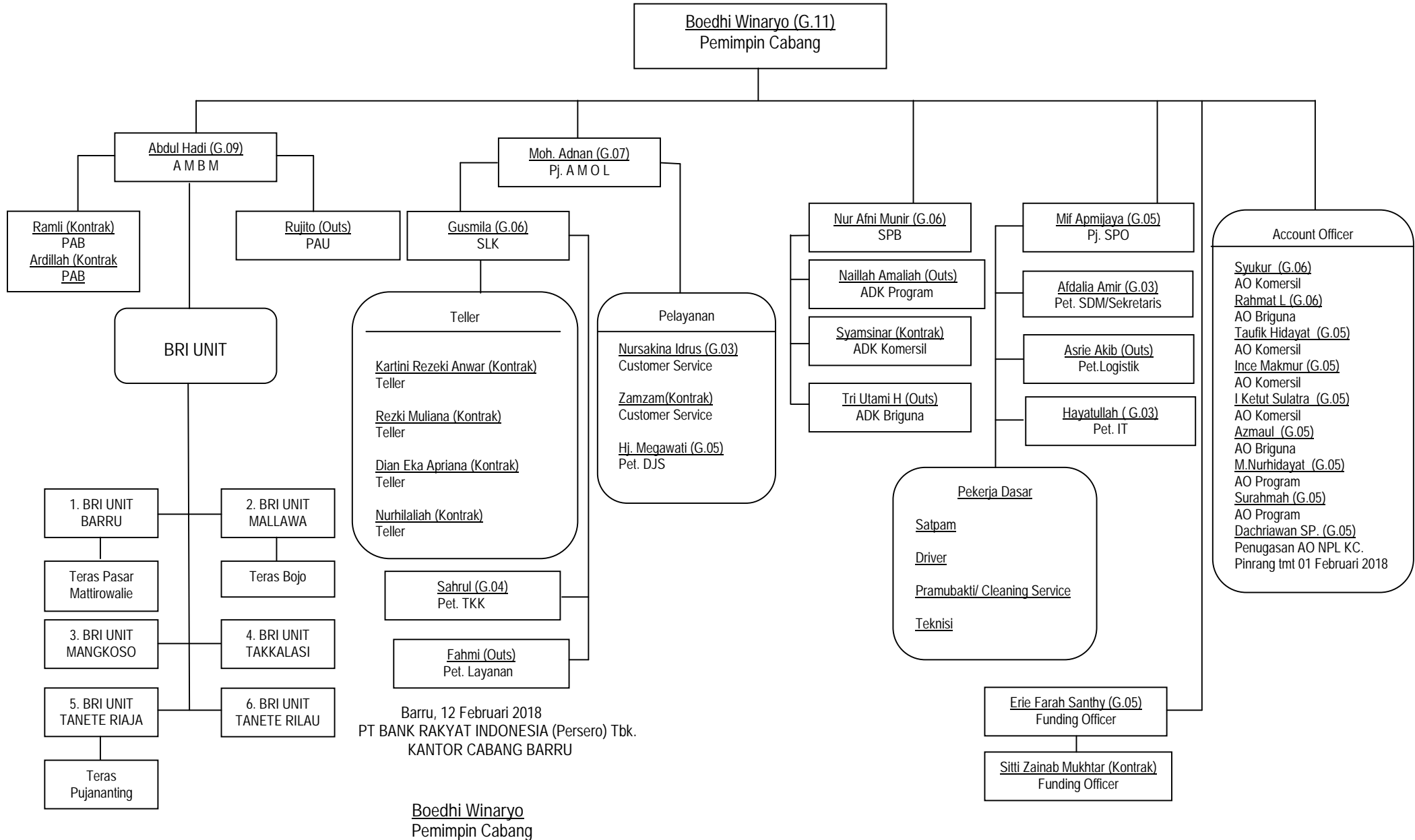


Pada Saat Pengisian Kuesioner



Pada saat interview/wawancara pada (Ibu Hasmiati)

## B. Srtuktur Organisasi



**Gambar.**