

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ANJUNGAN TUNAI MANDIRI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT
INDONESIA CABANG SINJAI**

Oleh

MUSAWWIR

10572 02330 10



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2016**

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam penulisan dan penyusunannya penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. H. Irwan Akib, M.Pd., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan pengarahan selama penulis menempuh proses pendidikan.
2. Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membantu dalam kelengkapan administrasi penelitian.
3. Bapak Moh. Aris Passigai SE. MM selaku Ketua Jurusan Manajemen serta bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, yang dengan tulus memberikan nasehat, semangat serta petunjuk selama penulis menempuh pendidikan di

Universitas Muhammadiyah Makassar sampai pada penyusunan dan penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Asdi. MM selaku pembimbing I dan Bapak Faijul Adzhiem, SE., M.Si selaku pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs.H. Sultan Sarda. MM selaku penasehat akademik, terima kasih atas bimbingan dan nasehatnya.
6. Pimpinan cabang PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, serta segenap karyawan yang telah membantu penulis selama penelitian ini berlangsung.
7. Kepada semua saudaraku di manajemen 3/ 10. Semoga persahabatan ini akan tetap hadir dan melekat dalam hati kita masing-masing dan terima kasih atas semua bantuan serta pengalaman berharga yang kalian berikan selama ini.
8. Kepada Susilawati Agus, Amd.Keb, terima kasih atas segala bentuk motivasi, cinta dan pengorbanannya selama ini.
9. Teman-teman di MAPALA Tomanurung, terima kasih atas segala pelajaran yang telah kalian berikan selama ini.
10. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak sempat di tuliskan namanya satu persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis. Semoga segala bantuan

yang diberikan walau sekecil apapun mendapatkan balasan di sisinya.

11. Teristimewa, (Alm) Ayahanda Muh. Arsyad, serta Ibunda Naisyah tercinta yang selama ini memberikan dukungan moril dan materil terima kasih yang sebesar-besarnya.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait, dan semoga semua bantuan dan partisipasi yang diberikan kepada penulis bernilai ibadah di sisi Allah SWT, Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Makassar, September 2015

Penulis

MOTTO

" Hidup ini sederhana, pilih jalanmu

Jangan pernah berhenti ataupun menengok ke belakang

Dan kau akan raih kesuksesanmu "

***Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai
tanda bakti dan cintaku
Kepada Ibunda dan (Alm) Ayahanda tercinta,
Serta persaksianku kepada keluarga besarku yang menyayangi dan
mengasihiku***

ABSTRAK

Musawwir, 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai.* Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dibimbing oleh Drs. Asdi.,MM dan Faidhul Adzhiem. SE., M.Si

Penelitian bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah atas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada PT. BRI Cabang Sinjai. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BRI Cabang Sinjai, yang mana sampel berjumlah 100 orang nasabah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, wawancara, dan pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (X), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,871. Sedangkan untuk uji signifikan diperoleh r_{tabel} sebesar 0,195 pada taraf signifikansi 5%

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan ATM (X) berpengaruh sebesar 68,4% terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Cabang Sinjai (Y), sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran Jasa.....	6
B. Pengertian Pelayanan Pelanggan.....	9
C. Dimensi Kualitas Pelayanan	11
D. Membangun Kualiatas Layanan.....	16
E. Pemulihan Kualitas Layanan.....	18
F. Kepuasan Pelanggan.....	21
G. Pengaruh Kepuasan Terhadap Profit Perusahaan.....	24
H. Penanganan Keluhan Pelanggan.....	27

I. Pengertian dan Jenis Bank.....	28
J. Anjungan Tunai Mandiri (ATM).....	32
K. Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM).....	35
L. Kerangka pikir.....	37
M. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
B. Metode Pengumpulan Data.....	40
C. Jenis dan Sumber Data	41
D. Defenisi Operasional	41
E. Populasi dan Sampel	42
F. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
A. Sejarah Singkat PT. Bank Rakyat Indonesia.....	44
B. Struktur dan Fungsi PT. Bank Rakyat Indonesia	
Cabang Sinjai	46
C. Kegiatan Usaha PT. Bank Rakyat Indonesia.....	62
BAB V PEMBAHASAN.....	70
A. Karakteristik Responden.....	70
B. Deskriptif.....	72
C. Pengujian Hipotesis.....	105
D. Pembahasan.....	107
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	110

A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
RIWAYAT HIDUP.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah bank.....	2
Tabel 2	Jumlah mesin ATM.....	3
Tabel 3	Perkembangan nasabah.....	68
Tabel 4	Perkembangan ATM.....	69
Tabel 5	Karakteristik responden menurut jenis kelamin.....	70
Tabel 6	Karakteristik responden menurut usia.....	71
Tabel 7	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	72
Table 8	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	74
Tabel 9	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	76
Tabel 10	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	78
Tabel 11	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	79
Tabel 12	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	81
Tabel 13	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	82
Tabel 14	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	84
Tabel 15	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	86
Tabel 16	Data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	88
Tabel 17	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y)	89
Tabel 18	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	91
Tabel 19	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	92
Tabel 20	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	94
Tabel 21	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	95
Tabel 22	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	97
Tabel 23	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	99

Tabel 24	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	100
Tabel 25	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	102
Tabel 26	Data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Skema kerangka pikir.....	38
Gambar 2	Struktur organisasi perusahaan.....	47
Gambar 3	Grafik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	70
Gambar 4	Grafik Responden berdasarkan usia.....	71
Gambar 5	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	73
Gambar 6	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	75
Gambar 7	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	77
Gambar 8	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	78
Gambar 9	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	80
Gambar 10	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	81
Gambar 11	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	83
Gambar 12	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	85
Gambar 13	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	87
Gambar 14	Grafik data distribusi variabel kualitas layanan (X).....	88
Gambar 15	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	90
Gambar 16	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	91
Gambar 17	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	93
Gambar 18	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y)...	94
Gambar 19	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	96
Gambar 20	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	98
Gambar 21	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	99
Gambar 22	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y).....	101
Gambar 23	Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y)...	103

Gambar 24 Grafik data distribusi variabel kepuasan nasabah (Y)... 105

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kisi-kisi kuesioner
2. Kuesioner penelitian
3. Tabel analisis data deskriptif
4. Persuratan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan yang sedemikian pesat pada akhir-akhir ini ditandai dengan perubahan yang mendasar dalam kegiatan operasionalnya. Perubahan yang pertama adalah mengenai adanya keinginan dari kalangan industri perbankan untuk meraih pasar (*market*) yaitu nasabah yang sebanyak-banyaknya. Hal ini menyebabkan perubahan dalam konsep marketing industri tersebut, yaitu yang semula *banking oriented* menjadi *customer oriented*. Sehingga perubahan ini akan merubah pola pelayanan bank dalam meluncurkan produk dan jasanya kepada masyarakat. Salah satu pola pelayanan andalan perbankan adalah Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Begitu meningkatnya keinginan masyarakat untuk turut serta menikmati beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh mesin pintar ini, membuat pengelola Bank percaya bahwa ATM dapat menarik calon nasabah lebih banyak. Bank yang mempunyai modal kuat terus menambah keberadaan mesin-mesin ini hampir di seluruh pusat perbelanjaan, hiburan perkantoran dan pemukiman.

Perubahan lainnya menyangkut perubahan pada titik berat penerimaan keuntungan bank, yang semula menitikberatkan keuntungan dari selisih tingkat bunga (*interest spread based income*) menjadi penerimaan dari pemberian jasa (*fee*) yang sering disebut dengan *fee*

based income. Perubahan ini membawa konsekuensi lain pada industri perbankan, yaitu semakin diperlukannya suatu sistem informasi yang valid, akurat, dan efisien. Sistem informasi tersebut haruslah didukung oleh oleh tersedianya *hardware* dan *software* yang memadai, mudah diaplikasikan dengan sistem lain / terbuka (*applicable with another system / open system*) dan mudah dipergunakan (*userable*) serta aman (*securitable*).

Di Indonesia, hampir semua orang mengenal dan mendengar kata-kata ATM. Data statistik Bank Indonesia menunjukkan jumlah Bank, baik Bank Umum, Bank Pemerintah Daerah, maupun Bank Swasta , dari 108 Bank pada tahun 2002, turun menjadi 102 Bank (lihat tabel 1). Akan tetapi, jumlah mesin ATM nya mengalami peningkatan dari jumlah 9.594 unit pada tahun 2002, menjadi 15.669 unit pada tahun 2005 (lihat tabel 2). Artinya, rata-rata jumlah kepemilikan mesin ATM setiap bank dari 89 unit pada tahun 2002, naik menjadi 154 unit pada tahun 2005

Tabel 1.
Jumlah Bank

Periode	2002	2003	2004	2005
Bank Umum	5	5	5	5
Bank Pemerintah Daerah	26	26	26	26
Bank Swasta	77	76	72	71
Jumlah :	108	107	103	102

Sumber data : Bank Indonesia (2008)

Tabel 2.
Jumlah Mesin ATM

Periode	2002	2003	2004	2005
Bank Umum	3.916	4.251	4.328	7.128
Bank Pemerintah Daerah	0	0	283	394
Bank Swasta	5.678	5.985	8.989	8.147
Jumlah :	9.594	10.236	13.600	15.669

Sumber data : Bank Indonesia (2008)

Dari data tersebut di atas, terlihat seolah-olah perkembangan ATM di Indonesia menunjukkan jumlah peningkatan yang cukup signifikan. Akan tetapi, apabila dibandingkan dengan transaksi ATM di negara-negara maju, dimana setiap mesin ATM melakukan 500-1.000 transaksi setiap harinya.

Penggunaan ATM yang belum optimal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama adalah faktor budaya, yang masih menganggap transaksi *face to face* atau transaksi langsung lebih aman, walaupun harus mengantri lama. Kedua adalah faktor teknologi, dengan perkembangan teknologi saat ini pelayanan transaksi Bank non teller tidak lagi bertumpu pada transaksi di ATM. Saat ini sudah ada fasilitas yang lebih fleksibel yaitu *Mobile banking*, dimana transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan *phone celluler*, sehingga orang tidak perlu datang dan mengantri di ATM. Selain itu ada juga fasilitas *Internet-banking*, dimana transaksi dapat dilakukan dari ruang kerja dengan mengakses internet.

PT Bank Rakyat Indonesia, cabang Sinjai adalah salah satu cabang dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk yang mempercayakan transaksi perbankannya dengan menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang mulai digunakan oleh para nasabahnya sejak tahun 2003 lalu, penelitian ini memfokuskan pada tingkat kepuasan nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, cabang Sinjai terhadap kualitas pelayanan ATM dari pihak Bank .

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap kepuasan Nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap tingkat kepuasan Nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai.

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah pokok yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap tingkat kepuasan nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, cabang Sinjai.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Sebagai bahan pertimbangan kebijakan pihak manajemen bank sehubungan dengan pengaruh kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap tingkat kepuasan nasabah.
2. Sebagai bahan informasi bagi para nasabah sehubungan dengan pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh pihak bank.
3. Sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan sehubungan dengan masalah yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran jasa

1. Pengertian jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata "jasa" itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan atau memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Adapun definisi jasa menurut Philip Kotler (2004) adalah : "Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apa pun. produk jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak".

Sementara itu, perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa, baik yang berwujud maupun tak berwujud, seperti transportasi, hiburan, restoran, dan pendidikan. jadi dapat disimpulkan bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak

yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, melainkan suatu proses atau aktivitas dimana berbagai aktivitas tersebut tidak berwujud.

2. Karakteristik dan klasifikasi jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Griffin(1996) menyebutkan karakteristik jasa, sebagai berikut :

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. nilai penting dari hal ini adalah nilai takberwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga insperability (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Costumization* (kostumisasi). Jasa seringkali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, misalnya, pada jasa asuransi dan kesehatan.

Bagaimanapun, produk jasa tidak ada yang benar-benar sama satu sama lainnya. Oleh karena itu, untuk memahami sektor ini, ada beberapa cara pengklasifikasian produk jasa ini. (Griffin, 1996) : "*Pertama*, didasarkan atas tingkat kontak konsumen dengan pemberi jasa sebagai bagian dari sistem saat jasa tersebut dihasilkan. *Kedua*, jasa juga bisa diklasifikasikan berdasarkan kesamaannya dengan operasi manufaktur".

Berdasarkan tingkat kontak konsumen, jasa dapat dibedakan ke dalam kelompok sistem kontak tinggi dan sistem kontak rendah. Pada kelompok sistem kontak tinggi konsumen harus menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa, sedangkan pada kelompok sistem kontak

rendah, konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa.

Cara lain untuk mengklasifikasikan jasa adalah dengan menggunakan kesamaannya dengan operasi manufaktur. Berdasarkan kesamaannya, jasa dapat dibagi menjadi tiga kelompok (Rambat, 2013) :

Jasa murni (*pure service*), jasa semimanufaktur (*quasimanufacturing service*), dan jasa campuran (*mixed service*). Jasa murni merupakan jasa yang tergolong kontak tinggi dan dengan tanpa persediaan, dengan kata lain benar-benar sangat berbeda dengan manufaktur. Sebaliknya jasa semimanufaktur merupakan jasa yang tergolong kontak rendah, memiliki kesamaan, dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari proses produksi jasa. Selanjutnya jasa campuran merupakan kelompok jasa yang tergolong kontak menengah.

Berdasarkan klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization-WTO), sesuai dengan GATS/WTO-Central Product Classification/MTN,GNS/W/120, berbagai ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi :

1. Jasa bisnis
2. Jasa komunikasi
3. Jasa konstruksi dan jasa keahlian teknik terkait
4. Jasa distribusi
5. Jasa pendidikan
6. Jasa lingkungan hidup
7. Jasa keuangan
8. Jasa kesehatan dan jasa sosial
9. Jasa kepariwisataan dan jasa yang terkait dengan perjalanan

10. Jasa rekreasi, budaya, dan olah raga
11. Jasa pengangkutan
12. Jasa lainnya yang belum termasuk kategori manapun

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan aktivitas ekonomi yang tidak berwujud yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Dimana beberapa produk jasa melibatkan konsumen sebagai bagian dari sistem untuk menerima jasa yang diinginkan. Contohnya, jasa pendidikan, rumah sakit, dan transportasi. dan adapun produk jasa yang tidak mengharuskan konsumen menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Contohnya, jasa perbankan.

B. Pengertian Pelayanan Pelanggan

Sedikit membahas tentang "Siapakah pelanggan itu ?", pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa, karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Dalam berbagai daftar istilah ISO 9000:2000, disimpulkan bahwa pelanggan adalah "seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memilih suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut" (Rambat :2013).

Sedangkan, Pelayanan merupakan hal yang terpenting yang ada dalam setiap perusahaan dalam menawarkan produk yang ada dalam perusahaan tersebut. Dengan kata lain tidak ada produk yang tidak disertai dengan pelayanan. Pelayanan tidak hanya ada pada tingkat operasionalnya saja, tetapi juga pada tingkat puncak manajemen.

Terdapat beberapa definisi menurut beberapa ahli yaitu:

Menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner, dan Crosby dalam Ratminto (2006,2) : "pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan".

Sedangkan menurut Gronroos dalam Ratminto (2006,2)

pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk pemecahan permasalahan konsumen/pelanggan.

Dari definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa ciri pokok dari pelayanan adalah tidak kasat mata, tidak dapat diraba, dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

C. Dimensi Kualitas Pelayanan

"Kualitas produk (Jasa) adalah sejauh mana produk (Jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya" (Rambat, 2013). Kualitas menurut ISO 9000 adalah : "derajat yang dicapai oleh karakteristik inheren dalam memenuhi persyaratan". Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu (1) persepsi konsumen, (2) produk, dan (3) proses. Untuk produk berwujud, yaitu barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk produk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Apabila dianalisis lebih jauh hubungan antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal, yaitu faktor keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk.

Menurut John J. Sviokla, yang dikutip dalam Rambat (2013, 213) *keuntungan eksternal* yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu jasa, yaitu dimana kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan

terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan pelanggan. Sementara itu, yang dimaksud dengan *keuntungan internal* tampak pada saat bersamaan dengan diperolehnya keuntungan eksternal, dimana fokus perusahaan pada kualitas dapat membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan (misalnya, peningkatan desain produk dan kontrol material, penggunaan bahan baku yang efisien, pengurangan kegiatan reproduksi, dan sebagainya). Adanya komitmen atas kedua kualitas tersebut dapat membentuk suatu kontinuitas proses peningkatan dan pembelajaran secara eksternal dan internal yang efisien, misalnya dengan menciptakan penurunan biaya operasi.

Menjadi organisasi yang berfokus pada konsumen adalah pilihan strategi bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan, seperti: fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup. Salah satu cara adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas jasa. Persoalan kualitas sudah menjadi "harga yang harus dibayar" oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan-terlebih perusahaan jasa- dapat menghasilkan kualitas jasa yang sama dengan diterapkannya ISO 9001.

Sistem Manajemen ISO 9001 yang dikeluarkan International Organization for Standardization dirancang untuk mendapatkan pengakuan global tentang pelaksanaan sistem manajemen perusahaan berbasis kualitas. ISO 9001 versi tahun 2000 memasukkan variabel pengukuran kepuasan pelanggan sebagai salah satu prinsip dalam penerapannya. Fokus kepada pelanggan merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Terdapat 5 (lima) dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman dkk (1998) yang dirincikan sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
Suatu kebijakan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*)
Pengetahuan, kesopansantunanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
4. Empati (*emphaty*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.
5. Berwujud (*tangible*), kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Apabila ditinjau lebih lanjut, kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini (Kotler, 1997).

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Contohnya, melakukan riset dengan metode fokus pelanggan (*customer fokus*) yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga, riset dengan metode pengamatan (*observasi*) bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya, dengan metode curah gagasan/pendapat (*brainstorming*) dan *management by walking around*-untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal(pegawai).
3. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem keluhan dan saran, misalnya dengan *hotline* (panggilan nomor telepon) bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (akuntabel).perusahaan menghubungi pelanggan dariwaktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (proaktif).

Dimensi kualitas yang telah disebutkan di atas harus disusun dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Lima kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa menurut Rambat (2013, 219) adalah sebagai berikut :

- 1) Kesenjangan persepsi manajemen. Adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan riset, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
- 2) Kesenjangan spesifikasi kualitas. Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.
- 3) Kesenjangan penyampaian jasa. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor, seperti :
 - a) Ambiguitas peran
 - b) Konflik peran
 - c) Kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya
 - d) Kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan
 - e) Sistem pengendalian dari atasan
 - f) Kendali yang diterima
 - g) Kerja tim
- 4) Kesenjangan komunikasi pemasaran. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran.
- 5) Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan. Perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, apabila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

D. Membangun Kualitas Layanan

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dan perusahaan penghasil jasa adalah pada strategi pemasarannya, dimana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari layanan pelanggannya. Pelanggan dapat memiliki penilaian yang sangat subjektif terhadap suatu jasa karena mereka merasakan standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh pada kepuasan yang hendak diraih.

Tentu saja, cukup sulit bagi perusahaan jasa untuk mendapatkan standar pelayanan yang sama dimata pelanggan. hal ini menuntut kejelian dalam MSDM yang dimiliki agar kinerjanya optimum dan memuaskan konsumen. Di tengah kondisi persaingan di sektor jasa yang semakin meningkat, perusahaan hendaknya terus meningkatkan layanan pelanggannya.

Layanan pelanggan meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengombinasikan mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan pelanggan. Tentu saja, tujuannya adalah memperoleh keuntungan. Layanan pelanggan bukan sekedar bertujuan untuk melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah mulai sejak sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Layanan pelanggan yang baik adalah bagaimana mengerti

keinginan pelanggan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen.

Untuk mencapai kinerja yang tinggi dalam layanan pelanggan, manajemen perusahaan jasa juga harus SDM melalui pelatihan tentang bagaimana bagaimana menghadapi permintaan pelanggan dan mengadakan komunikasi personal yang memberikan peluang bekerja sama dengan kualitas lebih baik.

Tantangan bagi pihak manajemen saat ini adalah bagaimana mengintegrasikan seluruh unsur yang ada dalam layanan pelanggan agar sesuai dengan strategi dan operasi perusahaan yang telah ditetapkan. Seluruh komponen SDM adalah layanan pelanggan yang memiliki tanggung jawab yang berfokus pada tugas menjalankan pemasaran bukan hanya diareanya saja. Umumnya, layanan pelanggan hanya berpusat pada satu bagian, yang sering menimbulkan ketidakpuasan pelanggan karena untuk mendapatkan pelayanan harus melalui birokrasi yang berbelit-belit. Manajemen perusahaan hendaknya secara jelas mendelegasikan tugas keseluruhan bagian dengan berorientasi kepada konsumen, baik untuk SDM yang terlibat pada kantor bagian depan (*front office*) maupun kantor bagian belakang (*back office*).

Pandangan integral tentang layanan pelanggan dari setiap SDM perusahaan hendaknya senantiasa ditingkatkan. Kunci kesuksesannya adalah pada sistem pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan memperhatikan peranannya dalam layanan pelanggan.

Untuk mendapatkan hasil kerja yang baik dalam pemberian jasa, tentu harus dibarengi dengan adanya desain dan strategi yang tepat dari perusahaan jasa bersangkutan. Beberapa langkah penting dalam menyusun desain layanan pelanggan (Rambat, 2013)

1. Mengenali misi jasa. Sebagai tahap awal tentu harus ditetapkan misi perusahaan agar menciptakan suatu komitmen dan falsafah kerja yang sama untuk mencapai misi tersebut.
2. Menetapkan tujuan layanan pelanggan. Tujuan pelayanan merupakan hal penting lainnya yang harus ditetapkan perusahaan. Hal ini bermanfaat untuk menentukan unsur mana yang perlu ditonjolkan agar mencapai hasil yang optimal.
3. Strategi layanan pelanggan. Harus mencakup identifikasi dari segmen pelanggan, jasa dan pelanggan yang paling penting, serta bagaimana metode pemberian jasanya agar dapat bersaing di pasaran sekaligus merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan.
4. Implementasi. Dalam implementasinya, layanan pelanggan merupakan satu kesatuan dengan bauran pemasaran lainnya yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan jasa hendaknya senantiasa berusaha mengadaptasi setiap perubahan lingkungan yang terjadi terutama yang berkaitan dengan perilaku pelanggan. Hal ini penting untuk menghasilkan desain layanan pelanggan yang tepat dan efektif. Kemampuan manajemen untuk mengomunikasikan strategi kepada SDM pelaksana akan sangat menentukan keberhasilan kualitas layanan pelanggan yang baik.

E. Pemulihan Kualitas layanan

Dalam pemulihan layanan, sebuah paradoks dikenal yang mengatakan bahwa pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan dan ditangani dengan baik memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk mengulang pembelian dimasa mendatang dibandingkan dengan pelanggan yang tidak pernah mengalami masalah sama sekali. Beberapa riset tidak mendukung

paradoks ini dan riset lain mengungkap bahwa paradoks ini tidak berlaku bagi pemulihan layanan kedua. Kegagalan pelayanan untuk yang kedua kali dan seterusnya menurunkan kredibilitas perusahaan di mata pelanggan. Sebab, kekecewaan pelanggan jauh lebih besar daripada kekecewaan pelanggan saat pertama kali mengalami kegagalan pelayanan.

Ada beberapa strategi yang bisa diterapkan dalam memberikan pemulihan layanan yang berujung pada keuntungan. Strategi-strategi tersebut sebagai berikut :

- a) Proaktif-lakukan ditempat sebelum konsumen mengeluh
Meskipun telah berusaha seoptimal mungkin, perusahaan sering kali harus mengalami kegagalan pelayanan. Jika hal itu terjadi, yang harus dilakukan adalah bersikap proaktif. Segera lakukan pemulihan layanan sebelum pelanggan mengajukan komplain. Disini pelanggan akan melihat pelayanan yang cepat tanggap dan bisa jadi kekesalah mereka akan tertutupi oleh perasaan simpatik.
- b) Rencanakan prosedur pemulihan layanan
Perusahaan jasa sebaiknya memiliki prosedur pemulihan jasa bagi kegagalan pelayanan yang sering terjadi. Prosedur ini akan membuat karyawan lebih siap dan cepat dalam memberikan pemulihan layanan karena mereka akan mengetahui apa yang harus mereka lakukan.
- c) Ajari kecakapan pemulihan layanan kepada karyawan

Prosedur layanan yang telah disusun tidak akan banyak membantu jika tidak dikomunikasikan kepada karyawan. Jika pemulihan layanan tersebut memerlukan pelatihan, tidak ada salahnya perusahaan berinvestasi dalam memberikan pendidikan kepada karyawan, melalui berbagai pelatihan.

d) Berdayakan karyawan untuk mengambil inisiatif solutif

Pada kenyataannya keluhan pelanggan bervariasi, dimana pemulihan layanannya tidak selalu ada dalam prosedur yang telah disusun perusahaan. Untuk menghadapi kemungkinan seperti ini, penyedia jasa harus membudayakan karyawannya untuk mengambil inisiatif-inisiatif yang memberikan solusi bagi masalah yang dialami pelanggan. Karyawan juga perlu diberi otorisasi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan pemulihan layanan, mengingat tidak selamanya para manajer ada untuk memberikan kebijakan pemulihan layanan yang berada diluar prosedur perusahaan.

Intinya tidak semua pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan target, ada kalanya pelanggan tidak merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Di atas telah dikemukakan beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pemulihan layanan terhadap pelanggan dan tidak menutup kemungkinan akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan.

F. Kepuasan Pelanggan

Dalam lingkungan kompetisi bisnis yang ketat dan terjadi penurunan profit, langkah yang harus dilakukan perusahaan periode 1990-an adalah mempertahankan pelanggan. Banyak periset melakukan studi untuk memahami dan memperlihatkan manfaat konsep ini (mempertahankan pelanggan). Diantaranya adalah Rosenberg dan Czepiel (1984), yang memperlihatkan bahwa biaya untuk memperoleh pelanggan baru sekitar lima kali dari biaya mempertahankan pelanggan yang ada melalui strategi pemasaran relasional.

Sedikit sekali riset yang menunjukkan efek negatif dari implentasi strategi pemasaran relasional. Padahal, tidak selamanya pemilihan strategi ini merupakan keputusan yang bijaksana. Memilih strategi yang tepat merupakan salah satu aspek strategi pemasaran, selain masih diperlukan efektivitas implentasinya. Masih banyak riset yang perlu dilakukan untuk melihat efektivitas implementasi strategi pemasaran relasional ini, terutama dalam konteks strategi relasional pelanggan.

Banyak manfaat yang diperoleh dari strategi pemasaran relasional ini. Dari sudut pandang perusahaan, manfaatnya adalah terciptanya kelompok konsumen yang bersedia menjadi target uji produk baru sehingga memperkecil resiko yang dihadapi perusahaan. sementara dari sudut pelanggan, mereka akan menerima keuntungan psikologis, yaitu pertemanan dan persaudaran. Selain itu, pelanggan mengharapkan

memperoleh diskon dan pelayanan seperti yang mereka inginkan (tingkat kustomisasi yang tinggi).

Namun sebelum melakukan strategi ini, perusahaan harus melihat beberapa faktor yang diperlakukan untuk implementasinya, yaitu kemampuan karyawan, tingkat keuntungan yang diharapkan, tingkat keterlibatan yang diharapkan, pengalaman yang dimiliki perusahaan dalam melakukan pemasaran relasional sebelumnya, dan kemampuan untuk mengukur kinerja relasional yang dilakukan.

"Adapun kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah proses pembelian terjadi" (Kotler, 1997). Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik atas produk kepada orang lain.

Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk. Atau, mereka secara ekstrem dapat mengajukan gugatan hukum terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Oleh karena itu, hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan. Sebab, seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus memiliki cara untuk menekan (atau meminimalkan) jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian terjadi.

"Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (produk), struktur harga, kenyamanan prosedur (emosional), nilai layanan/jasa (biaya), dan layanan pelanggan" (Kim, 2000; Gerpott dkk.; Lee, dan Freick, 2001).

Terdapat pula beberapa definisi mengenai kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh para ahli, sebagai berikut :

"Kepuasan adalah perasaan senang atau rasa kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu dan harapan-harapannya " (Engel, 1990:23).

Sedangkan kepuasan menurut Oliver dalam Umar (2003:14) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternative produ/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Dari berbagai definisi mengenai kepuasan pelanggan di atas, Rambat (2001: 158), mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan hal tersebut harus diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sebagai berikut :

1. Kualitas produk
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan.
3. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dan cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Dengan demikian disimpulkan bahwa faktor di atas adalah sebagai indikator untuk mengukur kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dalam mempersepsikan dan memberikan evaluasi terhadap produk jasa atau pelayanan yang diterima. Kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya yang akan ditunjukkan setelah terjadi proses pembelian produk/jasa.

G. Pengaruh Kepuasan Terhadap Profit Perusahaan

Telah banyak riset yang dilakukan dan membuktikan hubungan kepuasan pelanggan dengan profit perusahaan. Pada analisis tingkat industri, telah terbukti bahwa perusahaan yang berhasil memberikan tingkat kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang lebih tinggi akan memperoleh profit yang lebih tinggi pula.

Akan tetapi, terdapat permasalahan hubungan kepuasan dengan profit ini pada beberapa perusahaan. Sering kali, perusahaan telah meningkatkan kinerja atribut yang menjadi kunci, tetapi tidak meningkatkan kepuasan pelanggan. pada kondisi lainnya, perubahan tingkat kepuasan pelanggan ini ternyata tidak berpengaruh terhadap mempertahankan pelanggan, bahkan terhadap profit yang didapatkan. Hal

inilah yang menarik Anderson dan Mittal untuk membahas hubungan kepuasan pelanggan-profit. Menurut mereka, terdapat hubungan yang asimetri dan nonlinear pada setiap hubungan yang terdapat pada hubungan kepuasan pelanggan dengan profit tersebut.

1. Level kinerja/hasil dan kepuasan pelanggan

Dengan memodelkan hubungan ini secara simetri dan linear maka tidak mungkin untuk melihat bobot kepentingan antar-atribut sehingga prioritas atribut akan terabaikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, dengan memodelkan hubungan yang asimetri dan nonlinear ini secara simetri dan linear maka akan mengakibatkan kesalahan estimasi pengaruh atribut terhadap kepuasan pelanggan.

Kebanyakan program kepuasan pelanggan bertujuan untuk meningkatkan kinerja/hasil positif (*positive performance*) pada atribut. Jadi, atribut yang dianggap penting akan diketahui dan peningkatan kinerja dilakukan melalui atribut tersebut. Dengan menggunakan hubungan yang asimetri, kinerja positif ditingkatkan dan kinerja yang negatif dihilangkan, dimana dilakukan untuk mencapai tujuan bergantung pada sifat/karakter atribut-atribut tersebut. Sifat asimetri ini bergantung pada segmentasi pelanggan dan waktu perubahan dilakukan.

2. Kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan

Dengan memodelkan hubungan ini secara simetri dan linear maka akan terjadi kesalahan dalam estimasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap mempertahankan pelanggan ketika perubahan dilakukan pada tingkat kepuasan rata-rata. Dua perusahaan mungkin akan memiliki tingkat kepuasan yang sama, tetapi hubungan dengan mempertahankan pelanggan akan berbeda. Untuk lebih memahami pengaruh kepuasan ini terhadap upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan harus melihat daya tarik masing-masing alternatif dan juga kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam implementasinya.

3. Mempertahankan pelanggan dan profitabilitas

Semakin tinggi upaya mempertahankan pelanggan maka (seharusnya) semakin tinggi pula profitabilitas. Hal ini dikarenakan pelanggan akan semakin sering membeli produk, dalam jumlah yang lebih banyak, dan cenderung untuk mencoba produk lain yang ditawarkan perusahaan sehingga akan menurunkan biaya pemasaran dan penjualan dengan adanya informasi dari mulut ke mulut yang positif.

Hubungan yang linear akan mengakibatkan estimasi (terlalu rendah) pengaruh upaya mempertahankan pelanggan terhadap profit pada perusahaan yang memiliki usaha mempertahankan pelanggan yang rendah, demikian pula sebaliknya. Perusahaan harus menilai hubungan mempertahankan pelanggan dengan profit secara terpisah untuk masing-masing segmen dan memutuskan strategi alokasi yang

optimal dilakukan untuk mengoptimalkan upaya mempertahankan pelanggan dan profitabilitas.

H. Penanganan Keluhan Pelanggan

Perilaku keluhan adalah merupakan pernyataan sikap "tidak puas" atas kinerja produk barang/jasa yang digunakan. Keluhan pelanggan harus dilihat sebagai "masukan" bagi organisasi/perusahaan dan memberikan peluang bagi perbaikan produk/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Berikut ini adalah saran-saran (*tips*) metode pengenalan masalah (Rambat, 2013) :

- 1) Gunakan pertanyaan yang bersifat terbuka (siapa, apa, di mana, kapan, mengapa).
- 2) Lakukan kontak mata. Simak secara cermat setiap masalah yang dikemukakan.
- 3) Gunakan urutan bertanya untuk mengenali masalah
- 4) Fokus pada situasi permasalahan dan perilaku, bukan kepada orang
- 5) Laukan "teknik mendengar aktif". Sebagai contoh, mengulang kembali pemahaman dari apa yang didengar atau dinyatakan dalam komunikasi.

Jika mendapatkan keluhan dari pelanggan maka lakukan langkah-langkah penanganan keluhan berikut ini (Rambat, 2013) :

- 1) Simak dengan cermat. Lihat dari "kacamata" atau sudut pandang pelanggan.
- 2) Ucapkan "terima kasih", disertai gerakan tubuh, pancaran sinar mata, dan senyuman yang tulus.
- 3) Jangan terbawa emosi jika menghadapi pelanggan yang agresif.

- 4) Arahkan pelanggan ke posisi yang membuatnya merasa dimengerti dan dihargai.
- 5) Setelah berterima kasih, ucapkan kata "maaf" dengan harapan emosi pelanggan mereda
- 6) Tetapkan batas waktu penyelesaian keluhan yang logis.
- 7) Memberdayakan staf layanan pelanggan dengan melakukan langkah konkret terhadap penyelesaian keluhan.
- 8) Apabila keluhan perlu waktu untuk menyelesaikannya maka informasikan perkembangan penanganannya agar pelanggan tetap yakin bahwa keluhannya benar-benar diproses atau diselesaikan.

I. Pengertian dan Jenis-jenis Bank

1. Pengertian Bank

Bank merupakan perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Secara umum pengertian bank adalah suatu lembaga keuangan yang menghimpun dana masyarakat berupa giro, tabungan, deposito dan pemberian jasa bank serta menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat atau pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit.

Berdasarkan Undang-undang Perbankan No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah " badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak ". Lebih jauh lagi, dalam pasal 1 ayat 3 undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tersebut dijelaskan bahwa " Bank umum adalah bank yang melaksanakan

kegiatan-kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran".

Kemudian menurut Sinungan (1997:3), : " lembaga keuangan yaitu badan yang berfungsi sebagai *financial intermediary*, atau perantara keuangan dari dua pihak, yakni pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana ". Lebih lanjut lagi, Sinungan mendefinisikan bank sebagai, " Suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang ".

Selanjutnya menurut Kasmir (2000:11), : " bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya ".

Ditambahkan pula pengertian bank menurut F.E. Ferry yang dikutip oleh Siamat (1993:12) :

Bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk pembayaran kembali.

2. Jenis – Jenis Bank

Adapun berdasarkan Undang-undang Perbankan RI No. 10 tahun 1998 tentang perbankan menyebutkan jenis bank dari berbagai segi yaitu :

- a. Dilihat dari segi fungsinya
- b. Bank dari segi kepemilikan
- c. Bank dari segi status

d. Bank dari segi cara menentukan harga

Sementara dalam jenis dan tugas pokok perbankan di Indonesia dibagi menjadi dua jenis bank, yaitu :

1. Bank umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas perkembangannya.
2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yakni bank yang hanya menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Berdasarkan kredit usaha yang dijalankan menurut Kasmir (2000 : 37), maka tugas-tugas bank umum sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dana atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit.
3. Menerbitkan surat pengakuan hutang.
4. Membeli, menjual dan meminjam atas resiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya seperti :
 - a) Surat-surat wesel termasuk wesel yang akseptasi oleh bank yang masa berlakunya tidak lebih lama dari pada kebiasaan dalam perdagangan surat-surat yang dimaksud diatas.
 - b) Surat pengakuan hutang dan kertas dagang lainnya yang masa berlakunya tidak lama daripada kebiasaan dalam perdagangan surat-surat yang dimaksud diatas.
 - c) Kertas perbendaharaan negara dan surat jaminan pemerintah.
 - d) Sertifikat bank Indonesia (SBI)
 - e) Obligasi
 - f) Surat dagang berjangka waktu sampai dengan 1 Tahun.
5. Menerima pembayaran dari tagihan atau surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga.

6. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang atau surat berharga.

Sementara untuk Bank Perkreditan Rakyat (BPR), menurut Kasmir (2000: 40), usaha yang dijalankan meliputi :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit.
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan dalam peraturan pemerintah.
4. Menetapkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito dan atau tabungan pada bank lain.

Selanjutnya bank umum menurut Kasmir dalam (2000:56) dapat digolongkan menjadi beberapa macam yaitu :

1. Bank umum Milik Pemerintah (BUMN) yang meliputi :
 - a) Bank Negara Indonesia (BNI) 1946, dalam tugas dan usahanya diarahkan kepada perbaikan ekonomi rakyat dan pembangunan ekonomi nasional dengan sektor pembiayaan diutamakan pada sektor industri.
 - b) Bank Tabungan Negara (BTN), dalam tugas dan usaha bank diarahkan untuk usaha perbaikan ekonomi rakyat dan pembangunan ekonomi nasional dengan jalan melakukan usaha menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan.
 - c) Bank Rakyat Indonesia (BRI), tugas dan usaha bank diarahkan untuk perbaikan ekonomi rakyat dan pembangunan ekonomi nasional dengan prioritas kredit pada sektor koperasi, tani dan nelayan.
 - d) Bank Mandiri, dalam tugas dan usaha menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk deposito, giro dan tabungan serta pemberian kredit pinjaman jangka menengah pada sektor industri
 - e) Bank Umum Milik Daerah (BUMD), untuk semua bank milik pemerintah daerah, tugas dan usahanya yakni untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dengan usaha pemberian kredit.
2. Bank Umum Swasta Nasional (BUMS), bank ini merupakan milik swasta yang didirikan untuk membantu pemerintah dalam

menghimpun dana dari masyarakat dan usaha pemberian kredit untuk jangka pendek.

Dari berbagai pendapat diatas, penulis menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah suatu badan usaha lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan, deposito, giro dan jasa lainnya serta menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat berupa kredit.

J. Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Pengoperasian suatu ATM dapat dilakukan oleh industri perbankan apabila didukung dengan adanya teknologi informasi yang tepat, yang dimaksud dengan teknologi informasi menurut Tjiptono, Fandy (2001 :42), adalah " seperangkat alat untuk membantu dalam memudahkan pelaksanaan tugas melalui proses informasi ".

Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan. Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada di mana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, yang selanjutnya disebut ATM. Melalui ATM memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa harus tergantung oleh jam kerja bank. Ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang di bank ATM lain

Kemudian Menurut <http://Mandiri.co.id> diakses 20 Mei 2014 ATM (*Automatic Teller Machine*) atau lebih dimasyarakatkan dengan istilah "Anjungan Tunai Mandiri adalah seperangkat alat yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi perbankan", Sedangkan menurut <http://id.wikipedia.org/wiki> diakses 20 Mei 2014 *Automatic teller machine* atau di Indonesia juga kadang merupakan singkatan bagi Anjungan Tunai Mandiri adalah "sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang "teller" manusia. Banyak ATM juga mengizinkan penyimpanan uang atau cek, transfer uang atau bahkan membeli perangkat".

Pada umumnya ATM dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

1. Menempel pada dinding.
2. Berdiri sendiri dalam satu kesatuan.

- a. On Premise ATM.

Yaitu mesin ATM yang berada pada gedung yang sama dengan bank yang bersangkutan.

- b. Off Premise ATM

Yaitu mesin ATM yang berada di luar gedung bank yang bersangkutan atau di tempat-tempat umum.

1. Merek ATM:

- a. BM Diebold
- b. NCR

c. Siemens

d. Digital.

2. Mesin ATM terdiri dari 2 bagian :

a. Bagian Atas (Upper Compartement):

a). Monitor

b). Customer keypad

c). Card reader

d). Journal printer

e). Receipt Printer

b. Bagian Bawah (Lower Compartement) :

a) Combination lock

b) Dispenser module

c) Cash cassette

d) Reject cassette

e) CPU

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Anjungan Tunai Mandiri (ATM) adalah seperangkat alat untuk membantu dalam memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dunia perbankan tanpa harus tergantung oleh jam kerja bank. Artinya, transaksi tersebut dapat dilakukan kapan dan dimana saja sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak bank.

K. Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

Kartu ATM adalah kartu yang dapat digunakan untuk penarikan tunai baik di *counter* bank maupun pada ATM. Dalam kartu ATM ini terdapat *Magnetic strip* yang merupakan suatu bentuk plastik pendek yang dilapisi dengan sistem magnet dan biasanya dilekatkan pada kartu kredit ataupun kartu berharga lainnya. Pada *magnetic strips* biasanya tertulis data pribadi pemegang kartu, yang berisi nomor rekening, nomor pribadi serta kode aksesnya. Dan tulisan ini ditulis dalam bentuk kode-kode tertentu, dan hanya bisa dibaca oleh komputer yang dilengkapi dengan mesin khusus untuk kartu *magnetic strip* tersebut.

Manfaat dari kartu ATM antara lain:

1. Praktis dan efisien dalam pelayanannya.
2. Pengoperasian mesin ATM relative mudah.
3. Melayani 24 jam termasuk termasuk hari libur.
4. Menjamin keamanan dan *privacy*.
5. Memungkinkan mengambil uang lebih dari 1 kali sehari.
6. Terdapat diberbagai tempat yang strategis.

Sedangkan manfaat atas pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM antara lain:

1. Penarikan uang tunai.
2. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan bilyet giro.
3. Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening koran.

4. Dapat digunakan sebagai tempat untuk mengecek saldo rekening nasabah.

Adapun proses kerja dari mesin ATM tersebut yaitu:

1. Kartu ATM dimasukkan kedalam mesin ATM, maka kartu akan dibaca oleh *magnetic card reader* yang ada didalam mesin. Fungsi dari *magnetic card reader* hanya sebagai pembaca dan penerima data.
2. Setelah dibaca, lalu data tersebut dikirim ke sistem komputerisasi bank. Karena fungsinya hanya sebagai penerima data maka *magnetic card reader* tidak memiliki *memory* yang bisa menyimpan data nasabah.
3. Saat mesin berhasil membaca data dalam Kartu ATM tersebut, maka mesin akan meminta data PIN (Personal Identification Number). PIN ini tidak terdapat di dalam kartu ATM melainkan harus di input oleh nasabah.
4. Kemudian setelah PIN dimasukkan, maka data PIN tersebut akan diacak (*diencrypt*) dengan rumus tertentu dan dikirim ke sistem komputerisasi bank bersangkutan. Pengacakan data PIN ini dimaksudkan agar data yang dikirim tidak bisa terbaca oleh pihak lain. PIN yang sudah diacak berikut isi data dari kartu akan dikirim langsung ke sistem komputer bank untuk diverifikasi.

5. Setelah data selesai diproses di sistem komputer bank, maka data akan dikirim kembali ke ATM. Nasabah akan dapatkan apa yang yang dimintanya di ATM.

Dengan demikian, dengan adanya kartu ATM dapat mempermudah para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan baik itu berupa penarikan ataupun transfer dan sebagainya .

L. Kerangka Pikir

PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai adalah sebuah bank milik pemerintah yang berfungsi sebagai *financial intermediary* , menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dana pihak ketiga dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Persaingan yang sangat kompetitif dalam dunia perbankan mengakibatkan pihak manajemen bank memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya.

Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai adalah dengan menyediakan fasilitas transaksi perbankan melalui layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Pemberian layanan ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk tidak lagi membuang waktu dan tenaganya untuk mengunjungi bank dalam melakukan transaksi. .

Dengan demikian transaksi ATM dapat dilakukan dimana saja dan pada ATM milik Bank manapun yang tergabung dalam ATM Bersama dengan berbagai macam pelayanan yang ditawarkan oleh pihak Bank. bentuk pelayanan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.



Gambar 1 Skema Kerangka Pikir

M. Hipotesis

Dari berbagai penjelasan sebelumnya, maka hipotesis yang digunakan sebagai dugaan sementara dalam penelitian ini adalah : " diduga bahwa kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai ".

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sinjai, pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai yang beralamat di Jalan Persatuan Raya, Kabupaten Sinjai, adapun waktu penelitian hingga perampungan penelitian ini diperkirakan kurang lebih dua bulan.

B. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

1. Angket (*koesioner*)

Daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (*responden*) sesuai dengan permintaan pengguna.

2. Wawancara (*interview*)

Suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

3. Pengamatan (*observation*)

Melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

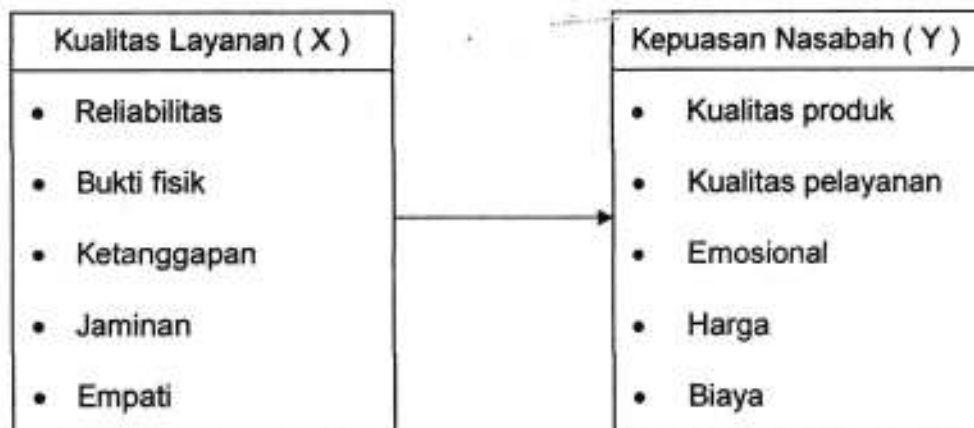
C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi dan hasil wawancara serta pengumpulan data koesioner sehubungan dengan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
- b. Data sekunder, yaitu data yang bersumber dari dokumen dan laporan tertulis yang dibuat secara berkala.

D. Defenisi Operasional.

Untuk memberikan persamaan persepsi kepada para pembaca , maka peneliti memberikan batasan-batasan terhadap variable-variabel yang diteliti, dengan desain sebagai berikut :...



Gambar 3.1 Skema hubungan antar variabel

1. Kualitas pelayanan ATM (X) adalah kemampuan layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai dalam memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para nasabah

2. Kepuasan Nasabah (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesanggupan kinerja suatu produk atau jasa yang telah mereka dapatkan.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki, dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama (Hadi 1983:220). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BRI Cabang Sinjai.

Sampel adalah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi (Hadi 1983:221). Sampel merupakan subset dari populasi, subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk suatu perwakilan populasi yang disebut sampel.

F. Metode Analisis Data

Tahap yang dilakukan dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut :

- a. Analisis deskriptif digunakan untuk memberi gambaran tentang pengaruh kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia, cabang Sinjai.
- b. Analisis regresi sederhana, analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan Kualitas layanan (X), terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Dengan formulasi sebagai berikut :

$$\hat{y} = a + bx$$

dimana x = variabel bebas

y = variabel tidak bebas

a dan b = persamaan normal sebagai : $na + b\sum x = \sum y$

dan $\sum x + b\sum x^2 = \sum xy$

yang berarti :

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

dan

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

dimana:

n = jumlah pasangan observasi ($X_1, Y_1 : X_2, Y_2 : \dots : X_n, Y_n$)

b = koefisien regresi.

Berdasarkan kedua koefisien di atas, yaitu a dan b dapat dihitung garis regresi dengan persamaan $\hat{y} = a + bx$. Cara di atas dikenal dengan metode kuadrat terkecil. Dengan meminimumkan kesalahan antara variabel y yang diramalkan (\hat{y}) dengan variabel y yang sebenarnya.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. Bank Rakyat Indonesia

Awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa tengah oleh Raden Wiriadmadja dan kawan-kawan dengan nama De Poerwokertoeche Hulp-en Spaarbank der linlandsche Hoffen atau Bank bantuan dan simpanan milik kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada tahun 1898 dengan bantuan pemerintah Hindia Belanda dimana-mana didirikan Volksbanken dan Bank rakyat. Awal abad ke XX Volksbanken tersebut mengalami kesulitan, sehingga pemerintah Hindia Belanda ikut campur tangan dalam perkembangan perkreditan rakyat dan sejak tahun 1904 mendirikan Dienst del Volksccredietwesen (dinas perkreditan rakyat) yang membantu secara materil yaitu dengan tambahan modal, bimbingan, pembinaan, dan pengawasan sehingga perkreditan rakyat mulai tahun 1904 menjadi regerinzong (tugas pemerintahan).

Berdasarkan undang-undang No. 14 tahun 1967 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 diisahkan 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.

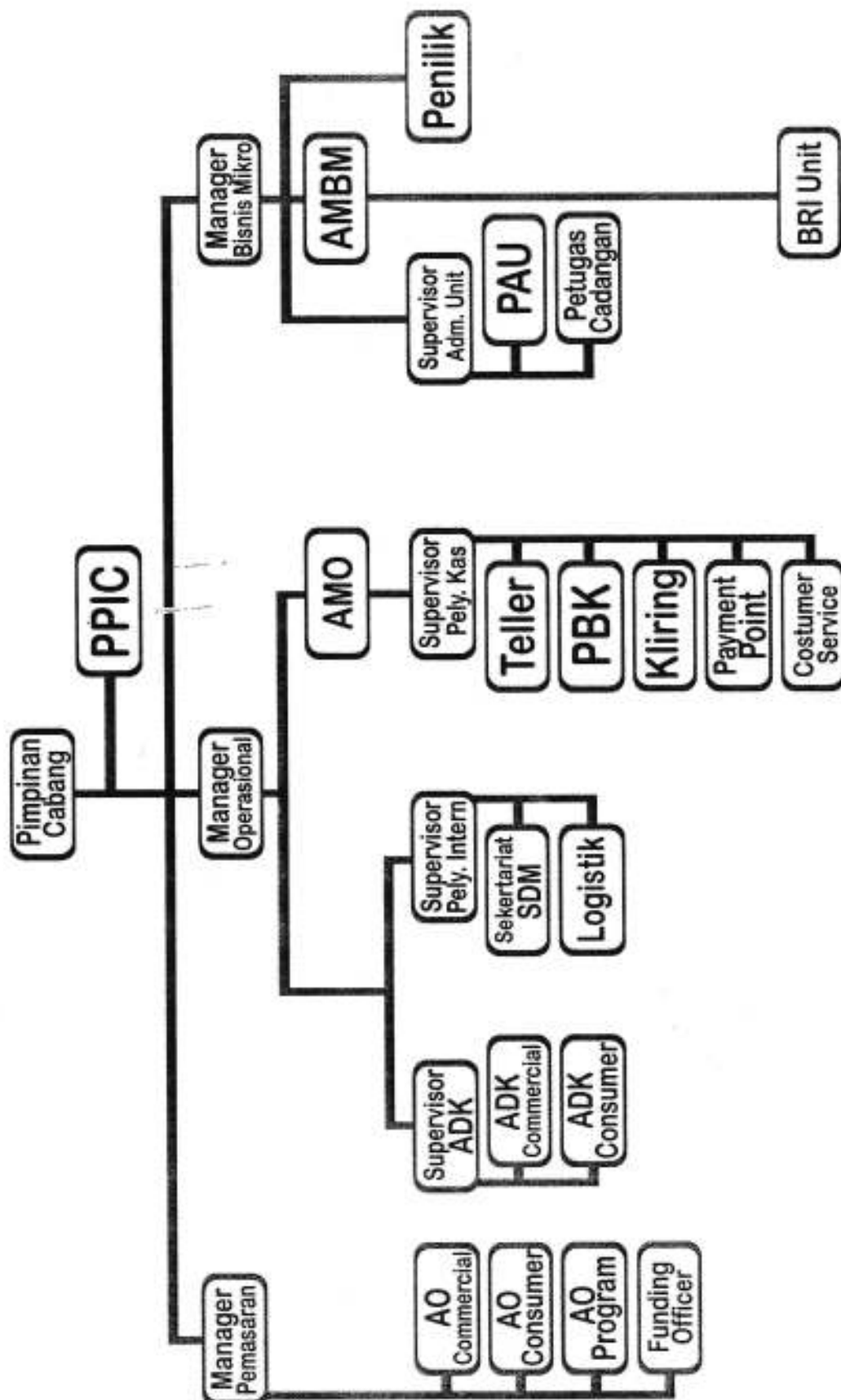
Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan undang-undang perbankan No.7 tahun 1992 dan peraturan pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia yang kepemilikannya masih 100% milik pemerintah. PT. BRI (persero) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pada pelayanan masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada pengembangan penyaluran KUK (Kredit Usaha Kecil) pada tahun 1994 sebesar 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp.20.466 milyar.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) mempunyai unit kerja yang berjumlah 5.075 buah, yang terdiri dari 1 kantor pusat BRI, 14 Kantor wilayah, 13 Kantor inspeksi/SPI, 326 Kantor cabang (Dalam negeri), 186 cabang pembantu, 1 Kantor cabang Khusus, 3 kantor cabang/kantor perwakilan luar negeri, 40 kantor Kas Bayar, 6 Kantor mobil Bank, 357 pos pelayanan desa, 16 kantor cabang syariah (BRI Syariah), 4.112 BRI unit dan memiliki jumlah karyawan sebanyak 47.545 karyawan.

B. Struktur dan Fungsi PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai

Salah satu syarat bagi organisasi yang baik adalah adanya struktur organisasi yang baik. Struktur organisasi tersebut menunjukkan suatu batas kewenangan atau tugas pokok setiap karyawan baik itu pimpinan maupun itu staf biasa sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam menjalankan tugas masing-masing.

Struktur organisasi ini merupakan perwujudan dari setiap pembagian tugas yang ada. Dalam struktur organisasi akan nampak hubungan wewenang antara pimpinan dan bawahan. demikian juga terjadi pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, yang dapat dilihat dalam stuktur organisasi berikut.



Gambar 2 Struktur Organisasi Perusahaan.

Pada umumnya suatu perusahaan mempunyai tujuan yang merupakan syarat mutlak berdirinya suatu perusahaan, oleh karena itu tujuan harus dirumuskan secara jelas sehingga dapat ditentukan kegiatan-kegiatan apa dapat dilakukan oleh perusahaan. perusahaan sebagai suatu organisasi merupakan fungsi dari manajemen untuk mencapai tujuan dan sasaran dengan menggunakan sumber-sumber yang ada di dalam perusahaan itu. Didalam melaksanakan kegiatan itu, salah satu yang perlu diperhatikan adanya struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran tugas operasional perusahaan.

Organisasi pada prinsipnya merupakan suatu system antara fungsi-fungsi manajemen yang ada, dimana terdiri dari segolongan orang-orang tertentu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan serta bekerja sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing.

Adapun fungsi dan tanggung jawab serta wewenang dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi BRI cabang Sinjai tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan kantor cabang
 - a. Tugas dan tanggung jawab
 - 1) Menciptakan dan menjamin kelancaran operasional di kantor cabang induk serta melakukan pembinaan secara aktif dalam

meningkatkan kemampuan pegawai dalam rangka peningkatan kualitas setiap fungsi marketing, operasional dan support.

- 2) Menjamin bahwa seluruh transaksi yang disetujui atau disahkan telah sesuai dengan kewenangannya.
- 3) Menjamin ketetapan dan kebenaran pembukuan dan laporan.
- 4) Mengembangkan bisnis pengkreditan di kanca, guna memperoleh keuntungan atau penghasilan yang optimal dengan resiko yang dapat diterima dan tetap mempertahankan kualitas portofolio yang sehat.
- 5) Membentuk tim penyelamatan dan penyelesaian kredit bermasalah dan bertindak sebagai ketua tim di kanca induk dengan wewenang sebagai berikut :
 - a) Mengadakan identifikasi masalah dan membuat usul penyelesaian atas kredit bermasalah di kanca Induk.
 - b) Memberikan rekomendasi dan masukan kepada pejabat yang berwenang terhadap rencana-rencana penyehatan dan atau penyelamatan kredit bermasalah.
 - c) Mengawasi ketertiban administrasi dan kelengkapan berkas termasuk penyelesaian dengan pihak ketiga.
 - d) Menindak lanjuti temuan-temuan audit baik pihak intern maupun ekstern.

- e) Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Wewenang

- 1) Melakukan negosiasi dan menyetujui tingkat suku bunga simpanan dan suku bunga kredit sesuai dengan kewenangannya.
- 2) Memprakarsai, merekomendasi dan memutuskan kredit (kredit baru, suplai, review kredit, restrukturisasi dan penyelesaian kredit bermasalah sesuai dengan kewenangannya).
- 3) Memberikan persetujuan penggunaan biaya sesuai kewenangannya.
- 4) Mewakili direksi dalam urusan dengan pihak lain.
- 5) Memberikan dan merubah "accs" untuk OLSIB (password, user ID).
- 6) Memberikan rekomendasi pendidikan dan latihan pegawai.
- 7) Mengusulkan dan atau menetapkan promosi dengan demosi pegawai sesuai dengan ketentuan.

2. PPIC (Pembantu Pimpinan Cabang/Sekretaris)

a. Tugas dan tanggung jawab

- 1) Mengagenda surat-surat keluar dan surat-surat masuk dengan tertib sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Mengatur lalu lintas pembicaraan melalui telepon.
- 3) Mengatur agenda kerja pinca induk.

- 4) Mendistribusikan semua surat-surat yang masuk kepada pejabat-pejabat yang berwenang dipanca induk.
- 5) Melayani tamu-tamu yang akan bertemu dengan pinca induk.
- 6) Melayani semua berita penting lainnya melalui televise atau facsimile atas perintah pinca induk.
- 7) Menyiapkan konsep atau mengetik surat-surat sesuai perintah pinca induk.
- 8) Menindak lanjuti semua temuan audit baik intern maupun ekstern BRI khususnya berkaitan dengan tugasnya.

b. Wewenang

Memberikan informasi tentang agenda kerja pinca induk.

3. Manajer Operasional adalah orang yang mengkoordinasikan pelaksanaan operasional bank untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan cara memberikan service dan layanan yang terbaik, sehingga transaksi dari nasabah (customer) di Kantor Cabang Induk dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan justifikasi master plannya.

a. Tugas dan tanggung jawab

- 1) Memastikan bahwa tidak terjadi transaksi dalam kurun waktu setelah close system pada hari kerja sebelum sampai dengan awal hari kerja berikutnya.

- 2) Memastikan bahwa semua pegawai dibawahnya telah siap ditempatnya masing-masing dan melaksanakan flag operational (Mengaktifkan atau menonaktifkan terminal user).
- 3) Mengelola kas kanca, melaksanakan pergeseran kas antar unit kerja, memelihara kerja register dan penyimpanan surat berharga serta kwitansi paymen point.
- 4) Melaksanakan tambahan kas awal hari atau selama jam pelayanan kas bagi superfisor atau teller dan ATM serta menerima setoran kas dari superfisor atau teller.
- 5) Mengesahkan OLSIB dan menandatangani bukti kas atau transaksi tunai, clearing dan pemindah bukuan yang ada dalam batas kewenangannya.
- 6) Mengaktifkan rekening pinjaman dan simpanan serta rekening peserta phone banking atau ATC.
- 7) Memastikan kebenaran laporan yang menjadi tanggung jawabnya
- 8) Menindak lanjuti keluhan nasabah dan laporan kehilangan cek/BG/bilyed deposito/buku tabungan.
- 9) Melayani segala kebutuhan kanca spoke BRI unit sebagai internal costumer dengan cara yang sebaik-baiknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku (misalnya dalam hal tambahan storan kas kanca spoke dan BRI unit, perusahaan transfer keluar masuk kanca spoke BRI unit).

- b. Wewenang
 - 1) Memegang salah satu kunci berangkas
 - 2) Menyetujui pembayaran tunai, kliring dan pemindah bukuan dalam batas wewenang, baik pada OLSIB maupun pada bukti pembukuan.
 - 3) Mengelola semua surat berharga yang ada di kanca induk dan pendistribusian surat berharga kekanca spoke.
 - 4) Mengaktifkan pembukuan rekening pinjaman dan simpanan TAG dan phone banking.
 - 5) Mengelola test key.
4. Manager Pemasaran bertugas untuk mengkoordinasikan dan mensupervisi teamwork dalam kegiatan pemasaran marketting cabang untuk mencapai target dan plan bank secara efektif dan efisien.
5. Account Officer (AO)
 - a. Tugas dan tanggung jawab
 - 1) Mempersiapkan dan melaksanakan rencana atas account yang menjadi tanggung jawabnya serta memantau hasil yang dicapainya dan menetapkan prioritas pembinaan atas account yang dikelolanya.
 - 2) Mengelola account yang sesuai dengan batas-batas yang ditetapkan untuk mencapai pendapatan optimal bagi kanca.

- 3) Menyampaikan masalah-masalah yang timbul kepada atasannya dalam pelayanan debitur untuk diselesaikan dengan unit terkait.
- 4) Melakukan penelitian keabsahan dokumen kredit sebelum diputuskan.
- 5) Melakukan pembinaan dan penagihan serta pengawasan kredit yang menjadi tanggung jawabnya, mulai dari kredit dicairkan sampai kredit dilunasi.
- 6) Melaporkan situasi dan kondisi debitur yang masih lancar maupun memburuk serta memberikan usul, saran dan pemecahan serta penanggulangannya kepada atasan.
- 7) Membuat usulan kepada pinca untuk mengklarifikasi pinjaman-pinjaman yang buruk.
- 8) Sebagai anggota tim penyelamatan dan penyelesaian kredit bermasalah dan melaksanakan fungsi tersebut sebaik-baiknya.

b. Wewenang

- 1) Bertindak sebagai pemrakarsa atau penganalisa kredit.
- 2) Mewakili BRI dalam negosiasi dengan debitur guna menyusun struktur dan tipe kredit sesuai dengan batas kewenangannya.
- 3) Bertindak sebagai pemrakarsa dan restrukturisasi atau penyelamatan kredit bermasalah dan menghapus bukukan pinjaman putusan kanca.

6. Asisten Manajer Operasional (AMO), beban tugasnya hampir sama dengan MO, perbedaanya di area tugasnya di kantor cabang.
7. Funding Officer (FO), melakukan kegiatan pemasaran berbagai produk perbankan baik dana dan jasa untuk mengoptimalkan bisnis Kantor Cabang.
8. Supervisor bertugas sebagai pengawas dari beberapa kegiatan pelayanan ataupun transaksi yang dilakukan petugas bank yang dibawahinya. Supervisor biasanya terdiri dari beberapa personil, tergantung dari jenis atau jabatan yang diawasi.
9. ADK (Arsip Data Komputer) Memastikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aspek Finance Support dan telah sesuai dengan standar kebijakan prosedur yang berlaku serta melakukan kegiatan pengawasan dokumentasi dan kualitas pembiayaan yang diberikan pihak bank bersangkutan. Legal Law - Legal review terhadap Hukum sistem bisnis perbankan. Mengontrol mengatur dan mematuhi, batas-batas hak dan kewajiban antara nasabah sebagai pengguna produk perbankan dan pihak bank itu sendiri

10. Sekretariat SDM (Sumber Daya Manusia) Melakukan analisa serta bertanggung jawab dalam meningkatkan mutu kualitas karyawan/pegawai.
11. Logistik, menunjang kinerja karyawan/pegawai dalam hal alat dan perlengkapan.
12. Customer Service : tugasnya memberikan sosialisasi bagi nasabah / calon nasabah. Kadang ada customer service yang di target per bulan seperti sales.
13. Teller adalah karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas uang tunai. Teller disebut juga kuasa kas terbatas karena dalam jumlah uang terbatas karyawan bank tersebut dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi. Beberapa tugas seorang teller adalah sebagai berikut :
 - a. Memelihara persediaan tunai dalam teller's box sesuai over night limit (batas toleransi menyimpan uang di cash box).
 - b. Meneliti setiap warkat yang diajukan oleh nasabah.
 - c. Memeriksa dan mencocokkan tanda tangan dalam warkat seperti cek/bilyet giro dengan kartu spesimen.
 - d. Menghubungi bagian giro untuk menanyakan saldo nasabah (earmark)
 - e. Menyetujui pembayaran sesuai dengan jumlah wewenang
 - f. Menerima setoran tunai atau dengan house check

- g. Meneliti kebenaran pengisian setoran-setoran nasabah (jumlah yang tertulis pada warkat dengan nominal uang secara fisik)
- h. Mencatat setiap penyetoran atau pengambilan dalam teller's blotter.
- i. Membuat daftar mutasi kas
- j. Menyimpan dan merahasiakan kunci kombinasi teller's box
- k. Menyortir dan mengepak uang tunai menurut nilai nominalnya serta menurut kondisi fisiknya.

14. PBK (Pegawai Bagian Kas)

Tugas dan tanggung jawab bagian kas adalah sebagai berikut:

- a. Menjalankan segala peraturan/ketentuan dan prosedur yang telah digariskan oleh manajemen bank atau Bank Indonesia.
- b. Memonitor kegiatan pelayanan kas dan menjamin arus kejadian arus dokumen.
- c. Menjaga mutu pelayanan tetap tinggi.
- d. Meneliti dan melegalisir hasil-hasil kerja rutin kegiatan kas sebelum diajukan ke bagian akuntansi.
- e. Memelihara alat likuiditas bank dan memberikan laporan kepada manajer.
- f. Menghitung penerimaan/ pembayaran tunai dari atau kepada nasabah secara terperinci berdasarkan surat berharga yang berlaku.

g. Melakukan pencatatan dalam buku tentang hal-hal yang menyangkut kegiatan kas seperti:

- pembayaran semua biaya-biaya operasional/nonoperasional
- menerima setoran tunai, house check, cek kliring.

h. Menjaga keamanan uang tunai

15. Kliring (Collector) Melakukan penagihan langsung ke nasabah dan melakukan hal-hal lain yang dianggap perlu dalam upaya penyelesaian pembiayaan sesuai ketentuan berlaku atau sesuai dengan prosedur Term Of Use dari pihak Bank.

16. Payment Point

a. Tugas dan tanggung jawab

- 1) Melakukan pengawasan atas semua kegiatan pelayanan dana, jasa dan pinjaman yang dilakukan oleh petugas administrasi dan jasa.
- 2) Memastikan input data pemberian cek/BG kepada nasabah telah sesuai dengan ketentuan.
- 3) Mengaktifkan pembukuan rekening simpanan.
- 4) Meyakinkan keberadaan bukti pembukuan dengan dokumen sumber dan melakukan pengecekan atas semua transaksi pemindah bukuan pada bidang dana jasa bank.

- 5) Melakukan pengesahan atas transaksi pemindah bukuan pada bidang dana jasa menjadi wewenangnya.
- 6) Memastikan hitungan penalty bunga deposito dilakukan dengan benar.
- 7) Melakukan verifikasi atas data transfer yang telah dientry ke dalam PC transfer sesuai wewenangnya.
- 8) Memeriksa kebenaran pengisian register dan pembuatan laporan yang dibuat oleh petugas administrasi dana dan jasa.
- 9) Menindaklanjuti laporan kehilangan cek/BG/buku tabungan dan kartu ATM.
- 10) Melayani kegiatan back office bagi kanca sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 11) Melayani seluruh kebutuhan BRI unit sebagai "internal Customer" dengan cara yang sebaik-baiknya.

b. Wewenang

- 1) Bertindak sebagai checker atas semua transaksi pemindah bukuan yang ada dalam bidang dana dan jasa sekaligus mengesahkan secara wewenangnya.
- 2) Menandatangani nota yang berkaitan dengan transaksi dibidang DJS bersama-sama pejabat berwenang.

17. PAU (Pelayanan Administrasi Unit)

a. Tugas dan tanggung jawab

- 1) Memberikan informasi saldo, transfer maupun pinjaman bagi nasabah yang memerlukan.
- 2) Memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk dana dan jasa BRI.
- 3) Melayani permintaan salinan rekening koran bagi nasabah yang memerlukan (diluar pengiriman secara rutin ssetiap awal bulan).
- 4) Membantu nasabah yang memerlukan pengisian aplikasi dana maupun jasa.
- 5) Menerima dan menginfertarisir keluhan-keluhan nasabah untuk diteruskan kepada pejabat yang berwenang.

b. Wewenang

- 1) Melaksanakan informasi saldo simpanan maupun pinjaman bagi nasabah yang memerlukan.

18. Security

a. Tugas dan tanggung jawab

- 1) Menjaga ketertiban dan kenyamanan kanca dari pihak eksternal maupun internal.

b. Wewenang

- 1) Melaksanakan penertiban dalam internal kanca demi kenyamanan pegawai dan nasabah.
- 2) Melakukan pengamanan dan pengawasan terhadap nasabah selama dilingkungan kanca.

A. Tugas dan Fungsi Bank Rakyat Indonesia

a. Tugas Bank Rakyat Indonesia

- 1) Memberikan kredit atau pinjaman kepada seseorang atau badan usaha yang membutuhkan dana dan modal.
- 2) Menarik dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan-simpanan seperti giro dan deposito.
- 3) Memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

b. Fungsi Bank Rakyat Indonesia

1) Sebagai lembaga perkreditan

Salah satu kegiatan Bank Rakyat Indonesia yang bersifat aktif adalah pemberian kredit kepada masyarakat yang disalurkan kepada pemerintah, disamping Bank swasta yang telah ditunjuk dengan sumber pendanaan sebagian dari Bank Indonesia sebagian dan dari bank pelaksana.

2) Sebagai Agen Of Development

Adapun peranan Bank Rakyat Indonesia sebagai badan yang memandang bank sebagai badan usaha yang bertindak sebagai bank komersil dan dilain pihak berperan sebagai aparat pemerintah. Bank dikatakan aparat pemerintah karena dapat mengatur kehidupan perekonomian dan membangun perekonomian.

C. Kegiatan Usaha PT. Bank Rakyat Indonesia

Dalam persaingan dengan kompetitornya, pihak Bank BRI memberikan banyak produk jasa kepada para nasabahnya dengan berbagai macam pilihan produk, hal ini tentunya dilakukan demi menjaga dan menarik minat para nasabah dan calon nasabahnya.

Beberapa jenis usaha PT. Bank Rakyat Indonesia, yang terdiri dari beberapa produk, antara lain:

1. Tabungan BritAma, produk tabungan ini didukung dengan fasilitas E-banking dan sistem real time online. Dengan fasilitas tersebut, nasabah dapat melakukan transaksi tanpa mengenal ruang dan waktu. Artinya dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.
2. Simpedes, produk tabungan dengan mata uang rupiah. Pelayanan simpedes dapat dilakukan di berbagai kantor BRI, baik Kantor Cabang Khusus BRI, Kanca BRI, KCP BRI, BRI Unit, maupun Teras BRI. Jumlah setoran dan pengambilan juga tidak dibatasi. Program ini tentu sangat membantu masyarakat pedesaan yang memiliki keterbatasan dalam mengakses bank.
3. Simpedes TKI, produk ini diselenggarakan khusus untuk TKI yang bekerja di luar negeri, sehingga TKI dapat melakukan transaksi keuangan dengan mudah, termasuk untuk menampung dan menyalurkan gaji mereka.

4. Tabungan Haji, produk ini ditujukan bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji di tanah suci.
5. Tabungan BritAma Dollar, fasilitas produk ini hampir sama dengan Tabungan BritAma, hanya saja mata uang yang digunakan adalah UD Dollar. Bank BRI menyelenggarakan produk ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam mata uang asing.
6. BritAma Bisnis, fasilitas produk ini sangat luas, dengan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, termasuk dalam pencatatan atau pelaporannya, sehingga sangat cocok digunakan untuk mendukung aktivitas bisnis nasabah.
7. BritAma Rencana, tabungan ini merupakan investasi dengan setoran tetap setiap bulannya serta fasilitas asuransi jiwa bagi nasabah. Boleh dibilang tabungan ini merupakan produk yang cocok untuk karyawan yang ingin menabung untuk hari tuanya.
8. BritAma Valas, produk yang dikeluarkan oleh Bank BRI untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang akan menyimpan dananya dalam mata uang asing. Tersedia lima jenis mata uang dengan nilai tukar kompetitif, yaitu USD, AUD, SGD, CNY, dan EUR.
9. BritAma Junio, yaitu produk tabungan yang dikeluarkan oleh Bank BRI dengan sasaran penabung anak-anak. Produk ini juga dilengkapi dengan fitur-fitur menarik bagi anak-anak.

10. Tabunganku, yaitu produk tabungan perorangan dengan berbagai kemudahan persyaratannya. Produk ini juga dikeluarkan oleh bank-bank lain di Indonesia untuk menumbuhkan dan meningkatkan budaya menabung bagi masyarakat.

Adapun Fasilitas Kredit/Pinjaman BRI (Bank Rakyat Indonesia) antara lain:

- a. Pinjaman Mikro BRI

Produk Pinjaman Mikro yang dikeluarkan oleh Bank BRI adalah KUPEDES, yaitu fasilitas kredit dengan bunga sangat ringan yang ditujukan untuk perorangan dan dapat dilayani di BRI Unit maupun Teras BRI.

- b. Pinjaman Ritel BRI

- a) Kredit Agunan Kas, yaitu produk pinjaman dengan jaminan uang kas (fully cash collateral).
- b) Kredit Investasi, yaitu fasilitas kredit jangka menengah dan jangka panjang untuk membiayai aktiva tetap perusahaan.
- c) Kredit Modal Kerja, produk yang ditawarkan kepada pelaku usaha untuk membiayai operasional perusahaan atau kegiatan usahanya.
- d) KMK Ekspor, fasilitas kredit yang ditujukan kepada nasabah yang mealakukan kegiatan usaha negosiasi wesel ekspor atau dikenal juga dengan istilah post ekspor financing. Fasilitas kredit ini juga

bertujuan membiayai pembelian barang-barang untuk diekspor atau dikenal juga dengan istilah pre-ekspor financing.

- e) KMK Konstruksi, yaitu fasilitas kredit yang ditujukan untuk membiayai kegiatan usaha jasa konstruksi.
- f) KMK Konstruksi BO I, yaitu fasilitas kredit yang ditujukan untuk membiayai kegiatan usaha jasa konstruksi yang pembiayaannya bersumber dari APBN.
- g) Kredit BRIGuna, fasilitas kredit yang diberikan kepada nasabah yang memiliki penghasilan tetap dalam bentuk gaji atau pensiunan.
- h) Kredit Waralaba, yaitu fasilitas kredit untuk membiayai kegiatan usaha waralaba yang diberikan dalam bentuk modal kerja maupun investasi.
- i) Kredit SPBU, yaitu fasilitas kredit yang ditujukan untuk kegiatan usaha SPBU Pertamina, baik dalam bentuk modal kerja maupun investasi.
- j) Kredit Resi Gudang, yaitu salah satu produk kredit Bank BRI dengan jaminan Resi Gudang.
- k) Kredit Kepemilikan Gudang, yaitu fasilitas kredit investasi yang ditujukan untuk pemilik bangunan gudang untuk mendukung kegiatan usahanya.

- l) KMK Talangan SPBU, fasilitas kredit ini hampir sama dengan fasilitas kredit SPBU
 - m) Kredit Batubara, fasilitas kredit yang ditujukan untuk membiayai kegiatan penambangan batubara.
 - n) Kredit Waralaba Alfamart, fasilitas kredit yang ditujukan untuk membiayai kegiatan usaha minimarket alfamart.
 - o) Kredit Pola Angsuran Tetap, yaitu fasilitas kredit modal kerja dan investasi dengan pola angsuran tetap dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan.
- c. Produk Pinjaman Menengah Bank BRI
- Produk pinjaman ini berupa kredit Agribisnis, yaitu fasilitas kredit yang diberikan untuk kegiatan pertanian dalam arti luas, baik untuk menunjang kegiatan on-farm maupun off-farm.
- d. Kredit Program Bank BRI
- Kredit Program Bank BRI terdiri dari tiga jenis, yaitu KPEN-RP atau Kredit Pengembangan Energi Nabati & Revitalisasi Perkebunan; KKPE-Tebu atau Kredit Ketahanan Pangan & Energi untuk tanaman tebu; dan KKPE untuk tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan, dan pengadaan alat dan mesin.

Produk-produk lain PT. Bank Rakyat Indonesia

1. Jasa Bank Garansi

Fasilitas ini merupakan bentuk jaminan yang diberikan oleh Bank BRI kepada rekanan nasabah. Rekanan nasabah atau pihak ketiga akan mendapatkan kepastian bahwa nasabah Bank BRI bersangkutan dapat memenuhi kewajibannya kepada pihak ketiga. dalam menerbitkan Bank Garansi, BRI tidak mengenakan biaya bunga. Fasilitas Jasa Bank Garansi terdiri dari dua jenis, yaitu Bank Garansi Umum, diberikan kepada nasabah sebagai jaminan bahwa nasabah bersangkutan dapat memenuhi kewajibannya untuk melakukan pembayaran suatu produk, dan Bank Garansi Konstruksi yang diberikan kepada kontraktor yang terkait dengan kredit konstruksi.

2. Jasa Kliring BRI

Fasilitas ini merupakan proses penyampaian surat berharga kepada Bank Tertarik, hingga adanya pengesahan oleh Bank Tertarik melalui lembaga kliring, yang dinyatakan dalam mata uang rupiah.

3. Remittance BRI

Fasilitas ini merupakan bentuk layanan kepada nasabah yang akan melakukan pengiriman maupun penerimaan dalam bentuk valas, baik ditujukan kepada bank di dalam negeri maupun bank luar negeri.

4. Jasa SKBDN BRI

Fasilitas ini merupakan bentuk jaminan pembayaran yang diajukan oleh pembeli untuk menjamin pembayaran produk kepada pihak penjual.

5. Layanan Ekspor BRI

Fasilitas ini merupakan bentuk pembiayaan ekspor berupa postshipment financing. Layanan ini diberikan dalam bentuk negosiasi wesel ekspor sight dan Diskonto wesel ekspor berjangka.

6. Layanan Impor Bank BRI

Fasilitas ini merupakan bentuk pembiayaan impor, berupa penyediaan fasilitas kredit impor. Produk layanan ini diberikan dalam bentuk Preshipment Import Financing dalam rangka penyediaan Penangguhan jaminan impor dan Postshipment Impor Financing dalam rangka penebusan dokumen impor

Selain kegiatan usaha Bank BRI Cabang Sinjai, terdapat pula data perkembangan nasabah BRI Cabang Sinjai yang dirincikan sebagai berikut :

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Tabungan
Desember 2012	66.000	361 M
Oktober 2013	70.000	382 M

Tabel 3 Perkembangan Nasabah BRI Cabang Sinjai

Dari tabel di atas, terhitung jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Sinjai dari tahun 2012 sebanyak 66.000 sedangkan jumlah tabungan sebesar 361 M naik menjadi 70.000 nasabah dan jumlah tabungan sebesar 382 M pada tahun 2013. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan nasabah BRI Cabang Sinjai mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai 2013 sebesar 4.000.

Selanjutnya terdapat data perkembangan ATM BRI Cabang Sinjai sebagai berikut :

Tahun	Jumlah ATM	Lokasi
2011	13 Buah	10 Lokasi
2014	16 Buah	11 Lokasi

Tabel 4 perkembangan ATM Cabang Sinjai

Dari tabel di atas, terhitung jumlah ATM PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai dari tahun 2011 sebanyak 13 buah dari 10 lokasi ATM, dan jumlah ATM sebanyak 16 buah dari 11 lokasi. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan Mesin ATM BRI Cabang Sinjai mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai 2014 sebesar 3 buah.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Keterangan	Jumlah	Persentase
Pria	47	47 %
Wanita	53	53 %
Total	100	100 %

Tabel 5 Karakteristik responden menurut jenis kelamin
Sumber : Data primer 2014



Gambar 3 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa responden jenis kelamin wanita lebih banyak dibandingkan dengan responden jenis kelamin pria yaitu 53 orang (53%), sedangkan pria sebanyak 47 orang (47%).

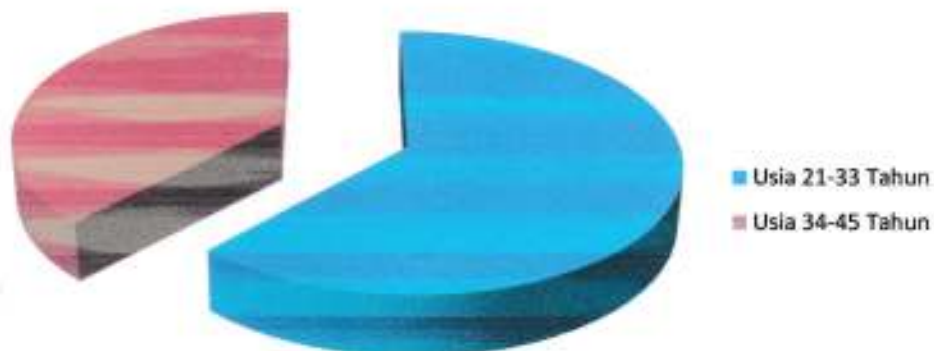
2. Responden berdasarkan usia

Klasifikasi responden berikutnya adalah berdasarkan usia.

Berikut ini merupakan data responden berdasarkan usia.

Keterangan	Jumlah	Persentase
Usia 21 - 33 tahun	62	62 %
Usia 34 – 45 tahun	38	38 %
Total	100	100 %

Tabel 6 Karakteristik responden menurut Usia
Sumber : Data primer 2014



Gambar 4 Grafik Distribusi Frekuensi Data

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa responden usia 21-33 tahun lebih banyak dibandingkan dengan responden usia 34-45 tahun yaitu 62 orang (62%), sedangkan usia 34-45 tahun sebanyak 38 orang (38%).

B. Deskriptif

Deskripsi karakteristik setiap variabel penelitian diolah dan dianalisis dengan statistik deskriptif. Berikut ini akan disajikan harga rata-rata, median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi dari masing-masing variabel yang merupakan gambaran pemecahan permasalahan yang telah diajukan.

1. Bukti Fisik (X1)

Bukti fisik dalam penelitian ini merujuk pada lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur *tangible* apa saja yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

Dalam penelitian ini bukti fisik terdiri atas 2 poin, sebagai berikut :

a) Kondisi Kantor

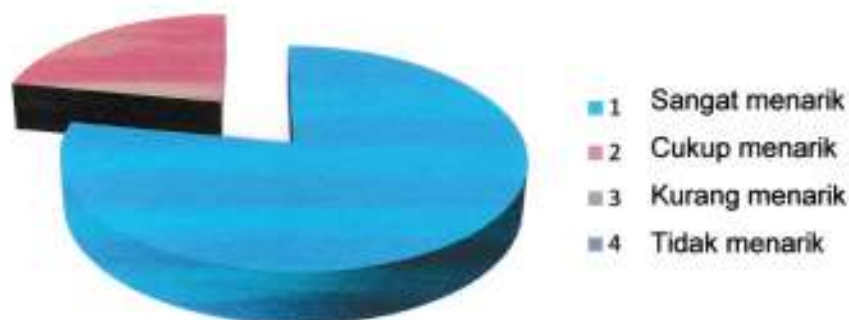
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal ini kondisi kantor, memiliki mean sebesar 3,78 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,416 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada table berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data kondisi kantor PT.BRI Cabang Sinjai

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	78	78 %

Cukup menarik	22	22 %
Kurang menarik	0	0 %
Tidak menarik	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 7 distribusi frekuensi data bukti fisik

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 5 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kondisi kantor PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak menarik, tidak ada atau 0 %, kategori kurang menarik, tidak ada atau 0 %, kategori cukup menarik 22 orang atau 22 % dan kategori sangat menarik 78 orang atau 78 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa bukti fisik dalam hal ini kondisi kantor PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat menarik.

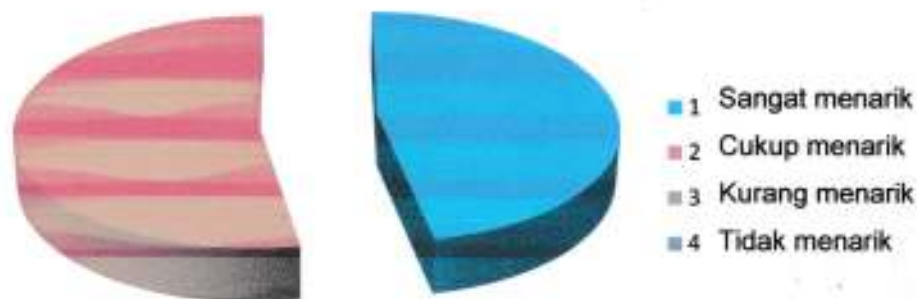
b) Performa karyawan/pegawai

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal ini performa karyawan, memiliki mean sebesar 3,47 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,502 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada table berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data performa karyawan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	47	47 %
Cukup menarik	53	53 %
Kurang menarik	0	0 %
Tidak menarik	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 8 distribusi frekuensi data bukti fisik

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 6 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang performa karyawan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak menarik, tidak ada atau 0 %, kategori kurang menarik, tidak ada atau 0 %, kategori cukup menarik 53 orang atau 53 % dan kategori sangat menarik 47 orang atau 47 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa bukti fisik dalam hal ini performa karyawan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori cukup menarik.

2. Keandalan (X2)

Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut akan puas dan

membayar fee konsultasi. Namun, bila kosultan tersebut gagal mewujudkan apa yang diinginkan klien, fee konsultasi tersebut tidak akan dibayar penuh (tentunya bergantung pada negosiasi awal). Pada penelitian ini keandalan terdiri dari 2 poin sebagai berikut :

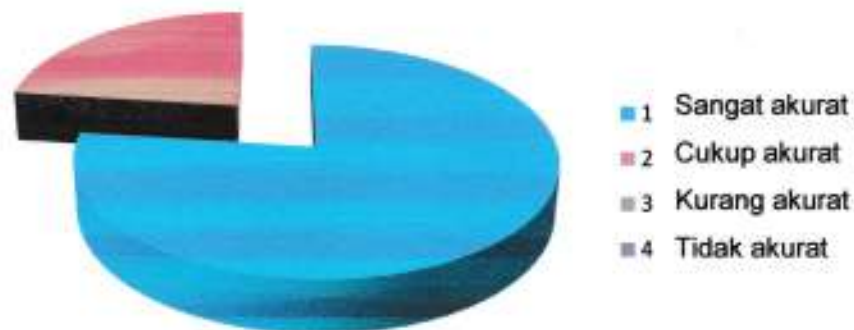
a) Keakuratan pelayanan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal keakuratan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,77 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,423 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada table berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data keakuratan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat akurat	77	77 %
Cukup akurat	23	23 %
Kurang akurat	0	0 %
Tidak akurat	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 9 distribusi frekuensi data keandalan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 7 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang keakuratan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak akurat, tidak ada atau 0 %, kategori kurang akurat, tidak ada atau 0 %, kategori cukup akurat 23 orang atau 23 % dan kategori sangat akurat 77 orang atau 77 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa keandalan dalam hal ini keakuratan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat akurat.

b) Kecepatan pelayanan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal kecepatan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,81 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,394 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada table berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data kecepatan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat cepat	81	81 %
Cukup cepat	18	19 %
Kurang cepat	0	0 %
Tidak cepat	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 10 distribusi frekuensi data keandalan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 8 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kecepatan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak cepat, tidak ada atau 0 %, kategori kurang cepat, tidak ada atau 0 %, kategori cukup cepat 19 orang atau 19 % dan kategori sangat

cepat 81 orang atau 81 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa keandalan dalam hal ini kecepatan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat cepat.

3. Ketanggapan (X3)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pada penelitian ini ketanggapan terdiri dari 2 poin sebagai berikut :

a) Keefektifan pelayanan

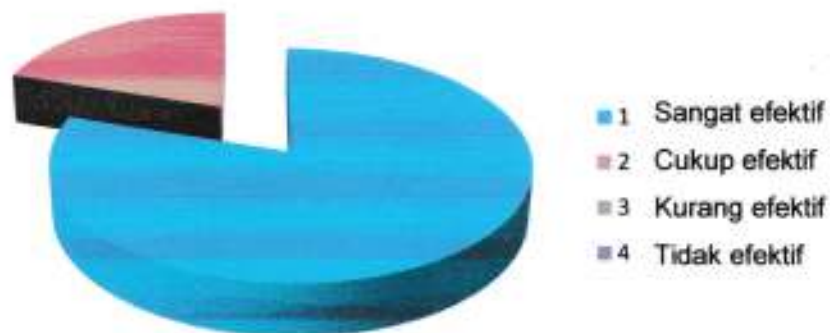
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal keefektifan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,80 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,402 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada table berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data keefektifan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat efektif	80	80 %
Cukup efektif	20	20 %
Kurang efektif	0	0 %
Tidak efektif	0	0 %

Jumlah	100	100 %
--------	-----	-------

Tabel 11 distribusi frekuensi data ketanggapan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 9 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang keefektifan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak efektif, tidak ada atau 0 %, kategori kurang efektif, tidak ada atau 0 %, kategori cukup efektif 20 orang atau 20 % dan kategori sangat efektif 80 orang atau 80 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa ketanggapan dalam hal ini keefektifan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat efektif.

b) Respon

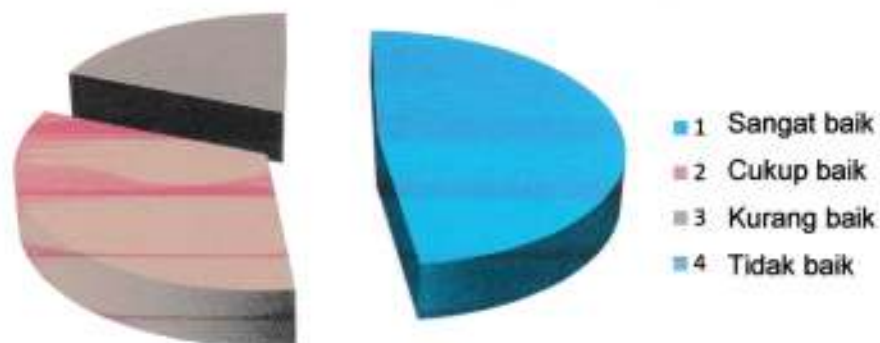
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal respon pelayanan, memiliki mean sebesar 3,29 yang berada pada nilai minimum 2 dan maximum 4 dengan standar

deviasi 0,769 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran).
Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data respon pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	48	48 %
Cukup baik	33	33 %
Kurang baik	19	19 %
Tidak baik	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 12 distribusi frekuensi data ketanggapan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 10 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang respon pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak baik, tidak ada atau 0 %, kategori kurang baik 19 orang atau 19 %, kategori cukup baik 33 orang atau 33 % dan kategori sangat baik 48 orang atau 48 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa ketanggapan dalam hal ini respon pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat baik.

4. Jaminan

Jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Terdapat 2 poin jaminan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

a) Bentuk pelayanan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal bentuk pelayanan, memiliki mean sebesar 3,73 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,446 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data bentuk pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	73	73 %

Cukup baik	27	27 %
Kurang baik	0	0 %
Tidak baik	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 13 distribusi frekuensi data jaminan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 11 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang bentuk pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak baik, tidak ada atau 0 %, kategori kurang baik, tidak ada atau 0 %, kategori cukup baik 27 orang atau 27 % dan kategori sangat baik 73 orang atau 73 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa jaminan dalam hal ini bentuk pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat baik.

b) Jaminan pelayanan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal memberikan jaminan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,51 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,502 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data jaminan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat menjamin	51	51 %
Cukup menjamin	49	49 %
Kurang menjamin	0	0 %
Tidak menjamin	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 14 distribusi frekuensi data jaminan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 12 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang jaminan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak menjamin, tidak ada atau 0 %, kategori kurang menjamin, tidak ada atau 0 %, kategori cukup menjamin 49 orang atau 49 % dan kategori sangat menjamin 51 orang atau 51 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa jaminan dalam hal ini pemberian jaminan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat menjamin.

5. Empati

Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dalam penelitian ini empati terdiri atas 2 poin, sebagai berikut :

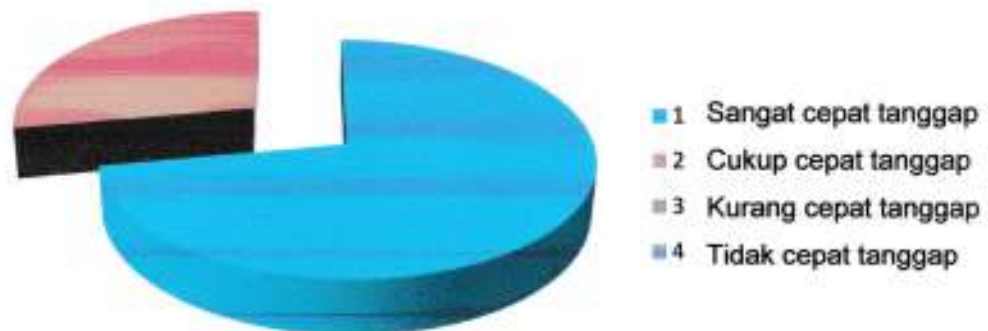
a) Ketanggapan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal ketanggapan memberikan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,72 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,451 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data ketanggapan dalam memberikan pelayanan oleh PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat cepat tanggap	72	72 %
Cukup cepat tanggap	28	28 %
Kurang cepat tanggap	0	0 %
Tidak cepat tanggap	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 15 distribusi frekuensi data empati

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 13 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang ketanggapan dalam pelayanan oleh PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak cepat tanggap, tidak ada atau 0 %, kategori kurang cepat tanggap, tidak ada atau 0 %, kategori cukup cepat tanggap 28 orang atau 28 % dan kategori sangat cepat tanggap 72 orang atau 72 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa empati dalam hal ini ketanggapan dalam pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat cepat tanggap.

b) Keramahan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kualitas layanan (X) dalam hal keramahan pelayanan, memiliki mean sebesar 3,63 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,485 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data keramahan dalam memberikan pelayanan oleh PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat ramah	63	63 %
Cukup ramah	37	37 %
Kurang ramah	0	0 %
Tidak ramah	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 16 distribusi frekuensi data empati

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 14 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang keramahan dalam pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak ramah, tidak ada atau 0 %, kategori kurang ramah, tidak ada atau 0 %, kategori cukup ramah 37 orang atau 37 % dan

kategori sangat ramah 63 orang atau 63 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa empati dalam hal ini keramahan dalam pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat ramah.

6. Kualitas produk (Y1)

* Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas * (Rambat, 2001 : 158). Pada penelitian ini, produk dibagi atas 2 poin, sebagai berikut

a) Kualitas

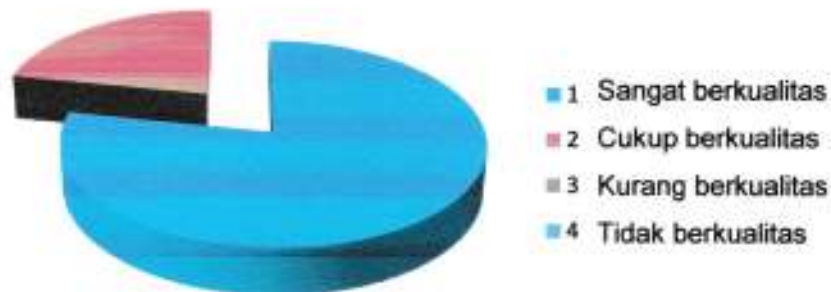
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kualitas produk, memiliki mean sebesar 3,78 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,416 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data kualitas produk PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat berkualitas	78	78 %
Cukup berkualitas	22	22 %
Kurang berkualitas	0	0 %
Tidak berkualitas	0	0 %

Jumlah	100	100 %
--------	-----	-------

Tabel 17 distribusi frekuensi data kualitas produk

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 15 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kualitas produk PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak berkualitas, tidak ada atau 0 %, kategori kurang berkualitas, tidak ada atau 0 %, kategori cukup berkualitas 22 orang atau 22 % dan kategori sangat berkualitas 78 orang atau 78 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat berkualitas.

b) Sesuai keinginan nasabah

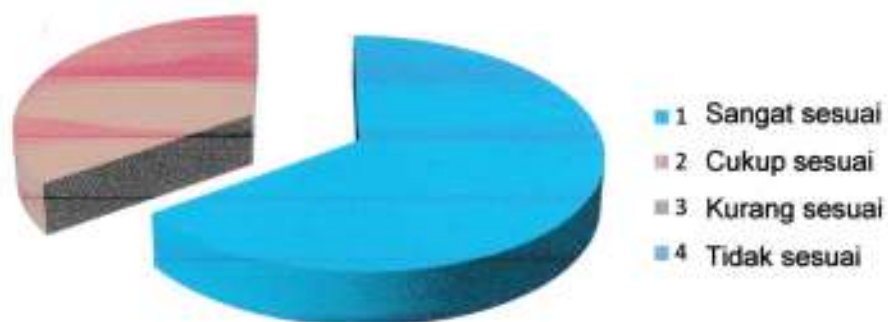
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kesesuaian produk dengan keinginan nasabah, memiliki mean sebesar 3,65 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,479 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel

berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data kesesuaian produk dengan keinginan nasabah PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat sesuai	65	65 %
Cukup sesuai	35	35 %
Kurang sesuai	0	0 %
Tidak sesuai	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 18 distribusi frekuensi data kualitas produk

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 16 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kesesuaian produk dengan minat nasabah PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak sesuai, tidak ada atau 0 %, kategori kurang

sesuai, tidak ada atau 0 %, kategori cukup sesuai 35 orang atau 35 % dan kategori sangat sesuai 65 orang atau 65 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa produk PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat sesuai dengan minat para nasabahnya.

7. Kualitas pelayanan

" Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan. " (Rambat, 2001 : 158).

Pada penelitian ini kualitas layanan dibagi atas 3 poin, sebagai berikut.

a) Keramahan

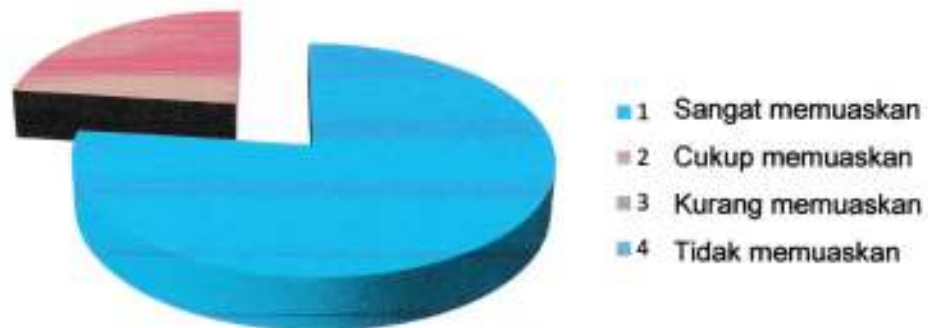
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal keramahan karyawan dalam melayani nasabah, memiliki mean sebesar 3,77 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,423 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data keramahan karyawan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat memuaskan	77	77 %
Cukup memuaskan	23	23 %
Kurang memuaskan	0	0 %

Tidak memuaskan	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 19 distribusi frekuensi data kualitas pelayanan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 17 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang tingkat keramahan karyawan terhadap nasabah PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori kurang memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori cukup memuaskan 23 orang atau 23 % dan kategori sangat memuaskan 77 orang atau 77 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat memuaskan dalam hal keramahan melayani nasabahnya.

b) Pelayanan cepat dan tepat

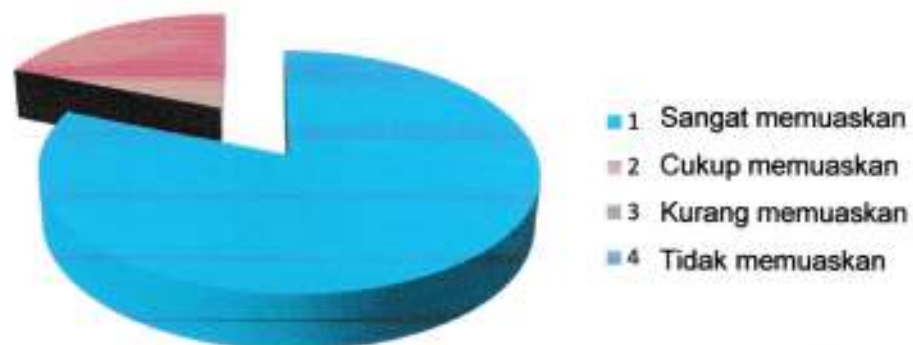
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kecepatan dan ketepatan dalam

melayani nasabah, memiliki mean sebesar 3,81 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,394 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data tingkat kecepatan dan ketepatan karyawan PT.BRI Cabang Sinjai dalam melayani nasabahnya.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat memuaskan	81	81 %
Cukup memuaskan	19	19 %
Kurang memuaskan	0	0 %
Tidak memuaskan	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 20 distribusi frekuensi data kualitas pelayanan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 18 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang tingkat kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani nasabah PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori kurang memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori cukup memuaskan 19 orang atau 19 % dan kategori sangat memuaskan 81 orang atau 81 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

c) Tidak berbelit-belit

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal pelayanan yang tidak berbelit-belit dalam melayani nasabah, memiliki mean sebesar 3,57 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,498 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data tingkat pelayanan yang tidak berbelit-belit PT.BRI Cabang Sinjai dalam melayani nasabahnya.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat memuaskan	57	57 %
Cukup memuaskan	43	43 %
Kurang memuaskan	0	0 %

Tidak memuaskan	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 21 distribusi frekuensi data kualitas pelayanan

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 19 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang pelayanan yang tidak berbelit-belit dalam melayani nasabah PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori kurang memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori cukup memuaskan 43 orang atau 43 % dan kategori sangat memuaskan 57 orang atau 57 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat memuaskan dalam hal pelayanan yang tidak berbelit-belit dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

8. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Rambat, 2001:158). dalam hal ini emosional dibagi atas 2 poin, sebagai berikut :

a) Kebanggaan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kebanggaan menggunakan produk BRI Cabang Sinjai, memiliki mean sebesar 3,67 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,473 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data tingkat kebanggaan nasabah menggunakan produk PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat bangga	67	67 %
Cukup bangga	33	33 %
Kurang bangga	0	0 %
Tidak bangga	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 22 distribusi frekuensi data emosional

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 20 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kebanggaan nasabah saat menggunakan produk PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak bangga, tidak ada atau 0 %, kategori kurang bangga, tidak ada atau 0 %, kategori cukup bangga 33 orang atau 33 % dan kategori sangat bangga 67 orang atau 67 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa nasabah PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat bangga menggunakan produk PT.BRI Cabang Sinjai.

b) Kepuasan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kepuasan nasabah terhadap pelayanan BRI Cabang Sinjai, memiliki mean sebesar 3,73 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,446 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada

tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat puas	73	73 %
Cukup puas	27	27 %
Kurang puas	0	0 %
Tidak puas	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 23 distribusi frekuensi data emosional

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 21 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kepuasan nasabah dengan pelayanan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak puas, tidak ada atau 0 %, kategori kurang

puas, tidak ada atau 0 %, kategori cukup puas 27 orang atau 27 % dan kategori sangat puas 73 orang atau 73 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa nasabah PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat puas dengan pelayanan yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai.

9. Harga

" Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan yang lebih tinggi kepada pelanggannya. " (Rambat, 2001 : 158). Dalam penelitian ini harga dibagi atas 2 poin, sebagai berikut :

a) Kesesuaian harga

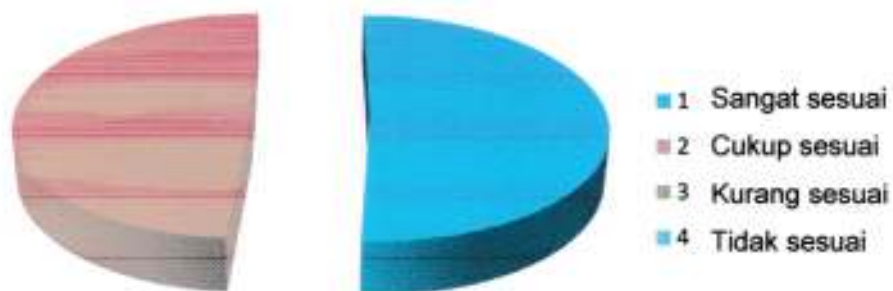
Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan BRI Cabang Sinjai, memiliki mean sebesar 3,51 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,502 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data pada tingkat kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan oleh PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	51	51 %

Cukup sesuai	49	49 %
Kurang sesuai	0	0 %
Tidak sesuai	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 24 distribusi frekuensi data harga

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 22 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak sesuai, tidak ada atau 0 %, kategori kurang sesuai, tidak ada atau 0 %, kategori cukup sesuai 49 orang atau 49 % dan kategori sangat sesuai 51 orang atau 51 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa harga dengan pelayanan yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat sesuai.

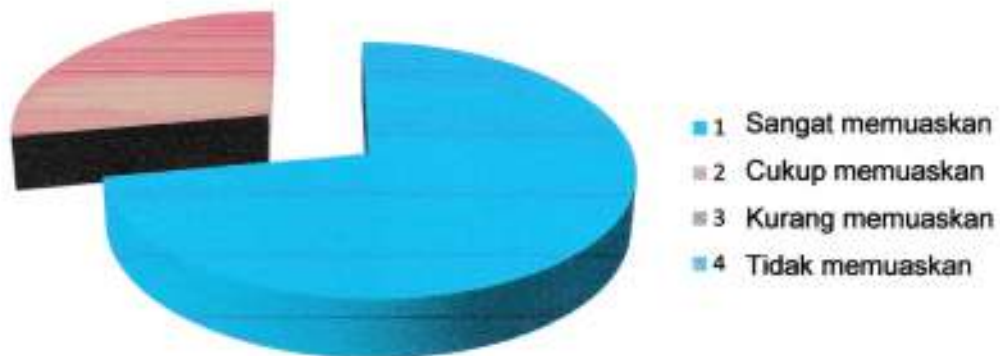
b) Potongan Harga

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal potongan harga yang diberikan BRI Cabang Sinjai, memiliki mean sebesar 3,72 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,451 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data pada tingkat potongan harga yang diberikan oleh PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat memuaskan	72	72 %
Cukup memuaskan	28	28 %
Kurang memuaskan	0	0 %
Tidak memuaskan	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 25 distribusi frekuensi data harga

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 23 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang potongan harga yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori kurang memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori cukup memuaskan 28 orang atau 28 % dan kategori sangat memuaskan 72 orang atau 72 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa potongan harga yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat memuaskan nasabahnya.

10. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dan cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Pada penelitian ini biaya hanya terdiri atas 1 poin, sebagai berikut :

- a) Pelayanan tanpa biaya tambahan

Data penelitian menunjukkan bahwa rentang skor variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam hal pelayanan tanpa biaya tambahan yang diberikan BRI Cabang Sinjai, memiliki mean sebesar 3,63 yang berada pada nilai minimum 3 dan maximum 4 dengan standar deviasi 0,485 (perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran). Selanjutnya pada tabel berikut dapat dilihat distribusi frekuensi data pelayanan tanpa biaya tambahan yang diberikan oleh PT.BRI Cabang Sinjai.

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat memuaskan	63	63 %
Cukup memuaskan	37	37 %
Kurang memuaskan	0	0 %
Tidak memuaskan	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 26 distribusi frekuensi data biaya

Catatan : Hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran



Gambar 24 Grafik distribusi frekuensi data

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui angka penilaian tentang pelayanan tanpa biaya tambahan yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai, yang termasuk kategori tidak memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori kurang memuaskan, tidak ada atau 0 %, kategori cukup memuaskan 37 orang atau 37 % dan kategori sangat memuaskan 63 orang atau 63 %. Secara umum dapat disimpulkan bahwa data tersebut menggambarkan bahwa pelayanan tanpa biaya tambahan yang diberikan PT.BRI Cabang Sinjai tergolong kategori sangat memuaskan nasabahnya.

C. Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan bahwa kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai *. Pengujian hipotesis tersebut menggunakan analisis regresi sederhana.

Untuk menentukan uji statistika yang sesuai maka digunakan uji F untuk mengetahui adanya pengaruh. Berdasarkan uji spss 20 diperoleh harga F atau F hitung 658,843 sedangkan harga F tabel diperoleh 3,947. Berdasarkan kriteria pengujian maka H_0 ditolak atau H_1 diterima. Dikarenakan F hitung lebih besar daripada F tabel.

Koefisien regresi hasil perhitungan diperoleh dengan menggunakan SPSS 20 adalah 0,933. Sedangkan r tabel dengan menggunakan taraf signifikansi 5% dan $N = 100$ maka diperoleh harga r tabel 0,195. Ternyata harga r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan positif antara kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dengan kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Sinjai.

Koefisien determinasinya $r^2 = (0,933)^2 = 0,871$. Berarti sumbangan efektifnya sebesar 87,1%. (Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran).berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 didapatkan persamaan regresi $Y = - 6,362 + 1,201 X$. makna persamaan regresi ini adalah :

1. Nilai konstanta – 6,362 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebesar – 6,362 tanpa adanya pengaruh kualitas layanan.
2. Nilai koefisien regresi X (1,201X) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan 1,201 ketika terjadi peningkatan kualitas layanan.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana atas 5 dimensi kualitas layanan yang diteliti maka diperoleh gambaran jelas kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pada PT. BRI Cabang Sinjai.

Semua dimensi layanan memperlihatkan kualitas yang bagus artinya masyarakat menganggap layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terhadap, kualitas produk PT. BRI Cabang Sinjai 78 orang (78%) menjawab sangat berkualitas, produk yang ditawarkan sesuai dengan minat dan kemauan nasabah 65 orang (65%) menjawab sangat sesuai, keramahan karyawan dalam pelayanan 77 orang (77%) menjawab sangat memuaskan, kecepatan dan ketepatan 81 orang (81%) menjawab sangat memuaskan, pelayanan yang tidak berbelit-belit 57 orang (57%) menjawab sangat memuaskan, kebanggan menggunakan produk BRI Cabang Sinjai 67 orang (67%) menjawab sangat bangga, kepuasan pelayanan 73 orang (73%) menjawab sangat puas, kesesuaian harga 51 orang (51%) menjawab sangat sesuai, potongan harga 72 orang (72%) menjawab sangat memuaskan, pelayanan tanpa biaya tambahan 63 orang (63%) menjawab sangat memuaskan.

Hal ini terungkap kualitas seluruh dimensi dinyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah berkualitas/ bagus. Hal ini didasarkan pada skor rerata kepuasan seluruh item yang dipilih oleh responden

sebesar 68,4 % berkategori baik. Kesimpulannya bahwa responden menganggap kualitas layanan sangat baik. Dengan kata lain kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai.

Dimensi daya tanggap dilihat dari sudut pandang deskriptif, terlihat dimensi ini memiliki tingkat perhatian yang tinggi dibanding dengan dimensi yang lain. Dimensi daya tanggap memiliki rerata tanggapan responden berkategori baik sebesar 80 %, dimensi inilah yang tertinggi dibanding dimensi lain.

Dari hasil ini juga dapat ditafsirkan apabila nasabah mempunyai respon yang baik terhadap salah satu dimensi, maka berarti kualitas layanan yang diterima juga baik, namun apabila nasabah memberikan respon tidak baik, maka berarti kualitas layanan yang diberikan juga tidak baik. Misalkan dalam layanan di dimensi keandalan, apabila nasabah merasa bahwa layanan berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, maka nasabah akan memberikan respon baik terhadap kualitas layanan tersebut. Sebaliknya jika pelaksanaan pelayanan tidak sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan, nasabah merasa tidak puas dan akan memberikan respon yang tidak baik terhadap kualitas layanan yang diterima.

Dari tanggapan terhadap analisis untuk kualitas layanan dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut hanya dapat disajikan sebagai fakta

untuk ditarik hikmahnya oleh pihak PT. BRI Cabang Sinjai dalam membenahi kinerjanya.

Pada hasil analisis untuk dimensi kualitas layanan nasabah yaitu dimensi keandalan karyawan dalam memberikan layanan nasabah, daya tanggap karyawan, jaminan pelayanan, empati pihak Bank terhadap nasabah, dan ketersediaan sarana pendukung layanan, semuanya membentuk faktor-faktor atau atribut yang berbeda.

Merupakan prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas layanan nasabah PT. BRI Cabang Sinjai, adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi nasabahnya. Karena itu pihak pimpinan di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap nasabah, sehingga antara kebijakan pelayanan PT. BRI Cabang Sinjai dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh nasabah untuk dilaksanakan, tidak menimbulkan suatu senjangan. Dalam arti, kualitas layanan harus sesuai dengan harapan yang inginkan oleh setiap nasabah. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan lembaga, disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari uraian di atas, maka pada sub bagian ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, secara umum dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan ATM berada pada kategori sangat memuaskan dengan nilai persentase sebesar 68,4 % .
2. Hasil analisis data bahwa nilai determinasi sebesar 0,871 yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 87,1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 12,9% adalah dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya, kualitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, yang berarti hipotesis dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian sebelumnya, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. PT. BRI Cabang Sinjai Perlu mempertahankan atau meningkatkan kualitas perusahaan baik dari segi sumber daya manusianya, dari segi teknologi serta dari segi fisik.
2. Hubungan antar karyawan, maupun karyawan dengan nasabah harus terjaga, agar komunikasi baik dan tumbuhnya rasa saling percaya.

Lampiran

Kisi – kisi koesioner penelitian

Variabel	Sub variabel	Indikator	Jumlah item	No. item
Kualitas layanan (X)	1. Bukti fisik	a) Tempat (kantor) b) Performa karyawan	2	1 2
	2. Keandalan	a) Akurasi pelayanan b) Kecepatan pelayanan	2	3 4
	3. Ketanggapan	a) Kecepatan dan ketepatan pelayanan b) Respon karyawan	2	5 6
	4. Jaminan	a) Bentuk Pelayanan karyawan b) Jaminan pelayanan	2	7 8
	5. Empati	a) Cepat tanggap keinginan nasabah b) Ramah	2	9 10
Kepuasan pelanggan (Y)	1. Kualitas produk	a) kelas (tingkatan) produk b) sesuai minat dan kemauan nasabah	2	11 12
	2. Kualitas pelayanan	a) ramah b) pelayanan yang cepat dan tepat c) tidak berbelit-belit	3	13 14 15
	3. Emosional	a) kebanggaan b) kepuasan	2	16 17
	4. Harga	a) Harga dan pelayanan yang sesuai b) Potongan harga (<i>discount</i>)	2	18 19
	5. biaya	a) Tidak ada biaya tambahan	1	20

KUISIONER

Identitas responden

Nama :(boleh diisi boleh tidak)

Usia :

Jenis kelamin :

Alamat :

Berilah tanda centang (v) pada kotak alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai dengan pikiran anda.

➤ Kualitas layanan (X)

Bukti fisik

1) Bagaimana penilaian anda tentang kantor PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai ?

Jawaban :	(v)	Skor
• Sangat menarik	<input type="checkbox"/>	4
• Cukup menarik	<input type="checkbox"/>	3
• Kurang menarik	<input type="checkbox"/>	2
• Tidak menarik	<input type="checkbox"/>	1

2) Menurut anda bagaimana performa karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia ?

Jawaban :	(v)	Skor
• Sangat menarik	<input type="checkbox"/>	4
• Cukup menarik	<input type="checkbox"/>	3
• Kurang menarik	<input type="checkbox"/>	2
• Tidak menarik	<input type="checkbox"/>	1

Keandalan

3) Menurut anda, apakah karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, akurat dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah ?

Jawaban :	(v)	Skor
• Sangat akurat	<input type="checkbox"/>	4
• Cukup akurat	<input type="checkbox"/>	3
• Kurang akurat	<input type="checkbox"/>	2
• Tidak akurat	<input type="checkbox"/>	1

4) Menurut anda, bagaimana kecepatan pelayanan yang diberikan karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai terhadap nasabah ?

Jawaban :	(v)	Skor
• Sangat cepat	<input type="checkbox"/>	4
• Cukup cepat	<input type="checkbox"/>	3
• Kurang cepat	<input type="checkbox"/>	2
• Tidak cepat	<input type="checkbox"/>	1

Ketanggapan

5) Apakah kecepatan dan ketepatan pelayanan efektif dalam melayani nasabah ?

Jawaban :	(v)	Skor
• Sangat efektif	<input type="checkbox"/>	4
• Cukup efektif	<input type="checkbox"/>	3
• Kurang efektif	<input type="checkbox"/>	2

- Tidak efektif 1

6) Menurut anda, bagaimana respon karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai dalam melayani nasabah ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|---------------|--------------------------|------|
| • Sangat baik | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup baik | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang baik | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak baik | <input type="checkbox"/> | 1 |

Jaminan

7) Menurut anda, bagaimana bentuk pelayanan karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, yang diberikan kepada nasabah ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|---------------|--------------------------|------|
| • Sangat baik | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup baik | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang baik | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak baik | <input type="checkbox"/> | 1 |

8) Menurut anda, bagaimana PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, dalam memberikan jaminan pelayanan ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|-------------------|--------------------------|------|
| • Sangat menjamin | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup menjamin | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang menjamin | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak menjamin | <input type="checkbox"/> | 1 |

Empati

9) Bagaimana karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, dalam menanggapi keinginan nasabah ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|------------------------|--------------------------|------|
| • Sangat cepat tanggap | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup cepat tanggap | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang cepat tanggap | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak cepat tanggap | <input type="checkbox"/> | 1 |

10) Apakah karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, ramah dalam melayani nasabah ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|----------------|--------------------------|------|
| • Sangat ramah | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup ramah | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang ramah | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak ramah | <input type="checkbox"/> | 1 |

> Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Produk

11) Apakah produk yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, adalah produk yang berkualitas ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|----------------------|--------------------------|------|
| • Sangat berkualitas | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup berkualitas | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang berkualitas | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak berkualitas | <input type="checkbox"/> | 1 |

12) Apakah produk yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, sesuai dengan minat dan kemauan nasabah ?

Jawaban :

- | | (v) | Skor |
|-----------------|--------------------------|------|
| • Sangat sesuai | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup sesuai | <input type="checkbox"/> | 3 |

- Kurang sesuai 2
- Tidak sesuai 1

Kualitas Pelayanan

13) Apakah keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan dapat memberikan kepuasan bagi nasabah ?

- Jawaban : Skor
- Sangat memuaskan 4
 - Cukup memuaskan 3
 - Kurang memuaskan 2
 - Tidak memuaskan 1

14) Apakah pelayanan karyawan yang cepat dan tepat dapat memberikan kepuasan bagi nasabah ?

- Jawaban : Skor
- Sangat memuaskan 4
 - Cukup memuaskan 3
 - Kurang memuaskan 2
 - Tidak memuaskan 1

15) Apakah pelayanan yang tidak berbelit-belit dapat memberikan kepuasan bagi nasabah ?

- Jawaban : Skor
- Sangat memuaskan 4
 - Cukup memuaskan 3
 - Kurang memuaskan 2
 - Tidak memuaskan 1

Emosional

16) Menurut anda, apakah nasabah merasa bangga jika menggunakan produk PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai ?

- Jawaban : Skor
- Sangat bangga 4
 - Cukup bangga 3
 - Kurang bangga 2
 - Tidak bangga 1

17) Menurut anda, apakah nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai ?

- Jawaban : Skor
- Sangat puas 4
 - Cukup puas 3
 - Kurang puas 2
 - Tidak puas 1

Harga

18) Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, sesuai dengan pelayanan yang diberikan terhadap nasabah ?

- Jawaban : Skor
- Sangat sesuai 4
 - Cukup sesuai 3
 - Kurang sesuai 2
 - Tidak sesuai 1

19) Apakah potongan harga (*discount*) yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, dapat memuaskan nasabah ?

- Jawaban : Skor
- Sangat memuaskan 4

- Cukup memuaskan 3
- Kurang memuaskan 2
- Tidak memuaskan 1

Biaya

20) Menurut anda, apakah pelayanan tanpa biaya tambahan memberikan kepuasan bagi nasabah ?

- Jawaban :
- | | (√) | Skor |
|--------------------|--------------------------|------|
| • Sangat memuaskan | <input type="checkbox"/> | 4 |
| • Cukup memuaskan | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • Kurang memuaskan | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • Tidak memuaskan | <input type="checkbox"/> | 1 |

Lampiran 1 : Kuisisioner

Kuisisioner Penelitian

Pengantar kata dari peneliti :

Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Semoga segala aktivitas kita dirahmati oleh Allah SWT, amin....

Adapun kuisisioner ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data penelitian tentang

“ Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Sinjai ”

Untuk menyelesaikan penelitian ini, maka diharapkan kiranya Bapak/Ibu/Saudara(i) sebagai responden atau informan agar berkenaan dapat memberikan jawaban yang obyektif terhadap semua pertanyaan yang ada dalam kuisisioner.

Jawaban responden adalah informasi sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini, dan informasi yang diberikan dijamin kerahasiaannya. Atas keikhlasannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Makassar, 25 April 2014

Peneliti

Musawwir

2. Analisis data deskriptif

	N		Range		Minimum		Maximum		Sum		Mean		Std. Deviation		Variance		Skewness		Kurtosis	
	Statistic		Statistic		Statistic		Statistic		Statistic		Statistic	Std. Error	Statistic		Statistic		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
X1	100	1	1	3	378	3,78	.042	.416	.173	-1,373	.241	-.119	.478							
X2	100	1	1	3	347	3,47	.050	.502	.252	.122	.241	-2,026	.478							
X3	100	1	1	3	377	3,77	.042	.423	.179	-1,303	.241	-.309	.478							
X4	100	1	1	3	381	3,81	.039	.394	.155	-1,605	.241	.586	.478							
X5	100	1	1	3	380	3,80	.040	.402	.162	-1,523	.241	.325	.478							
X6	100	2	2	4	329	3,29	.077	.769	.592	-.553	.241	-1,100	.478							
X7	100	1	1	3	373	3,73	.045	.446	.199	-1,052	.241	-.912	.478							
X8	100	1	1	3	351	3,51	.050	.502	.252	-.041	.241	-2,040	.478							
X9	100	1	1	3	372	3,72	.045	.451	.204	-.995	.241	-1,031	.478							
X10	100	1	1	3	363	3,63	.049	.485	.235	-.547	.241	-1,736	.478							
Y1	100	1	1	3	378	3,78	.042	.416	.173	-1,373	.241	-.119	.478							
Y2	100	1	1	3	365	3,65	.048	.479	.230	-.639	.241	-1,625	.478							
Y3	100	1	1	3	377	3,77	.042	.423	.179	-1,303	.241	-.309	.478							
Y4	100	1	1	3	381	3,81	.039	.394	.155	-1,605	.241	.586	.478							
Y5	100	1	1	3	357	3,57	.050	.498	.248	-.287	.241	-1,957	.478							
Y6	100	1	1	3	367	3,67	.047	.473	.223	-.734	.241	-1,491	.478							
Y7	100	1	1	3	373	3,73	.045	.446	.199	-1,052	.241	-.912	.478							
Y8	100	1	1	3	351	3,51	.050	.502	.252	-.041	.241	-2,040	.478							
Y9	100	1	1	3	372	3,72	.045	.451	.204	-.995	.241	-1,031	.478							
Y10	100	1	1	3	363	3,63	.049	.485	.235	-.547	.241	-1,736	.478							

3. Analisis data infrensial

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.871	.869	.689

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312.898	1	312.898	658.843	.000 ^b
	Residual	46.542	98	.475		
	Total	359.440	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.362	1.685		-3.777	.000
	X	1.201	.047	.933	25.668	.000

a. Dependent Variable: y

4. Angket

Angket hasil penelitian antara variabel X dan Y dapat dilihat sebagai berikut :

Var X	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Jumlah
1	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
6	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
7	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
8	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
9	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
10	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
11	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
12	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
13	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
14	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
15	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
16	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
17	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
18	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
19	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
20	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
21	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
22	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
23	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
24	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
25	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
26	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
27	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
28	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
29	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
30	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
31	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
32	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
33	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
34	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
35	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
36	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
37	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
38	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
39	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
40	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
41	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
42	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
43	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
44	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
45	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
46	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
47	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37

48	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
49	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
50	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	36
51	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	36
52	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	36
53	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
55	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
57	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
58	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
59	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
61	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
62	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
65	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
67	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
68	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
69	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
70	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
71	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
73	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
76	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
77	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
79	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
80	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
81	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
82	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
83	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
84	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
85	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
86	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
87	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
88	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
89	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
90	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
91	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
92	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
93	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
94	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
95	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
96	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35

97	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
98	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
99	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
100	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
53	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
55	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
57	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
58	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
59	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
60	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
61	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
62	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
63	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
64	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
65	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
66	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
67	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
68	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
69	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
70	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
71	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
72	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
73	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
74	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
75	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
76	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
77	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
78	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
79	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
80	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
81	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
82	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
83	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
84	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
85	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
86	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
87	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
88	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
89	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
90	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
91	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
92	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
93	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
94	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
95	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
96	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35

97	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
98	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
99	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
100	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

86

FAKULTAS EKONOMI

JL. SULTAN ALAUDDIN NO. 259 TLP. 0411-866972 FAX 0411-865588 MAKASSAR 90221



Makassar, 18 februari 2014

Hal : **Usulan Pengajuan Judul**

Kepada YTH. Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unismuh Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Nama : MUSAWWIR
Nim : 10572 02330 10
Jurusan : Manajemen

Dengan ini mengajukan judul dan sekiranya dapat disetujui, adapun judul yang saya ajukan adalah :

1. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Loan To Deposit Ratio* pada PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai Utara.
2. Analisis Kelayakan Kredit Komersil ditinjau dari Aspek Finansial pada PT.Bank Rakyat Indonesia,Cabang Barat (study kasus CV.XY).
3. Analisis Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap peningkatan Jumlah Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai Barat.

Demikian permohonan ini saya buat, atas perhatiannya diucapkan terimah kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Mahasiswa


MUSAWWIR

Catatan : Pembimbing yang disetujui:

1. Pembimbing I
2. Pembimbing II

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
No. 03/05/A.4-III/35/2014

Tentang

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIV. MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar, setelah :

- Menimbang** : 1. Untuk tertib administrasi dalam penulisan dan penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi Unismuh Makassar dipandang perlu mengeluarkan surat keputusan untuk dosen pembimbing.
2. Untuk maksud diatas, maka perlu diatur dalam satu surat keputusan.
- Mengingat** : 1. Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah
2. Statuta Universitas Muhammadiyah Makassar 2001
3. Peraturan yang berlaku di lingkungan Univ. Muhammadiyah Makassar
- Memperhatikan** : Usulan Ketua Prodi Manajemen pada tanggal 05 Februari 2014 M.
- Berdasarkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar.

Dengan memohon inayah Allah Swt,
MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

- Pertama** : Mengangkat dosen pembimbing skripsi mahasiswa atas nama **Musawwir** (Stambuk : 10572 02330 10), yaitu :
1. Pembimbing I : Drs. Asdi. MM
2. Pembimbing II : Faidhul Adzhiem. SE., M.Si
- Judul : Analisis Layanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai Barat**
- Kedua** : Seluruh pembiayaan menyangkut dosen pembimbing dan penguji dibebankan kepada mahasiswa, berdasarkan peraturan yang berlaku di lingkungan Unismuh Makassar
- Ketiga** : Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah yudisium mahasiswa yang bersangkutan.
- Keempat** : Surat keputusan ini akan diperbaiki atau ditinjau kembali, apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan.



Tembusan :

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Kaprodi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk.

KANTOR CABANG

Jalan Persatuan Raya No. 97 Sinjai, Sulawesi Selatan, Kode Pos 92612
Kode Bank 201000000

Nomor : B.037 -SKP/SNJ/X/2014
Perihal : Surat Keterangan

Sinjai, 06 Oktober 2014

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
Di
Tempat

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai

Menerangkan bahwa :

Nama : Musawwir
Stambuk : 105720233010
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Benar telah melakukan penelitian pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai selama 2 (dua) bulan, terhitung sejak tanggal 05 Juni-03 Agustus 2014, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul " **Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai** "

Demikian surat keterangan ini, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI

JL. SULTAN ALAUDDIN NO. 259 TLP. 0411-866972 FAX 0411-865588 MAKASSAR 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU KONTROL BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Musawwir
No. Stambuk : 105720233010
Nama Pembimbing 1 : Drs. Asdi. MM
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM)
Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia
Wilayah Sinjai.

NO	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf
1.	Kelas 25-3-2014	judul dirubah menjadi: Variabel Kualitas Layanan ATM dan Kepuasan Nasabah. - Tinjauan pustaka ditata ulang sehingga dgn judul baru.	
2.	kelas 8-4-2014	Penjabaran, penataan dan pelebaran pd. rumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian - Penataan pada Tinjauan Pustaka sehingga kerangka pikir.	
3	kelas 12-4-2014	metode Penelitian - buatlah lebih 2 literatur.	

Catatan: Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian seminar proposal jika sudah konsultasi ke Dosen pembimbing minimal 3 kali.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI

JL. SULTAN ALAUDDIN NO. 259 TLP. 0411-866972 FAX 0411-865588 MAKASSAR 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

NO	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf
4	Rabu 23-4-2014	Kiri-kiri diperbaiki - kuesha soal kuitronen	
5	Selasa 29-4-2014	Perbaikan pd judul, masalah, tujuan penelitian, teori dasar, Rumus Y, kerangka Piliis & kuitronen, teori dasar penguji	
5	Selasa 29-4-2014	Perbaikan pada soal kuitronen	
6	Rabu 30-4-2014	see	
7	Kamis 31-7-2014	Gambarkan Umen, perwujudan / BIS Cabang Fiji. - Tabulasi data Variabel X dan Variabel Y.	
8	Seminar 24-8-2015	bab IV. Regulasi Unit Uslu bkd. Analisis data metode regresi linier sederhana	

Catatan: Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian seminar proposal jika sudah konsultasi ke Dosen pembimbing minimal 3 kali.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI

JL. Sultan Alauddin NO. 259 Makassar TLP. 0411-866972

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MUSAWWIR
Nomor Stambuk : 105720233010
Prog. Studi/Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Pembimbing 1 : Drs. Asdi. MM
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM)
Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia
Cabang Sinjai.

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf
9.	Rabu 26-8-2015	Gambarkan skema hubungan antar variabel. - definisi operasional variabel. Populasi dan sampel penelitian	
10.	Kamis 27-8-2015	Tabel perkembangan nasabah & tabel perkembangan ATM BRISel-haji Tabel ketepatan kreditur responden.	
11	Minggu 30-8-2015	Pembahasan hasil penelitian kelompok dan dosen	

Catatan: Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen pembimbing minimal 3 kali.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI

JL. Sultan Alauddin NO. 259 Makassar TLP. 0411-866972

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf
12	Senin 30-8-2015	Abdullah & Kala Pungpa - Daftar Pustaka, daftar isi, daftar luginon.	
13	Kebu 2-9-2015	Pembahasan, hasil penelitian - Kesimpulan & Abstrak Hal. Motto, hal pembekuan. Riwayat hidup.	
14	Kamis 3-9-2015	Abdullah. Kata pengantar	
15	Sabtu 5-9-2015	Ace yg diseminarkan	

Catatan: Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian seminar proposal jika sudah konsultasi ke Dosen pembimbing minimal 3 kali.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. Oktober 2004. *Persepsi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai*.
- Gerson F Richard., 2004. *Manajemen Jasa*. Gramedia Pustaka Utama Edisi Kedua, Jakarta
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Andi Offset, Yogyakarta
- Kasmir. 2000., *Manajemen Perbankan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen pemasaran jasa*, Salemba empat, Jakarta
- Kasmir. 2001., *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, Philip., *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Ed. 9, Jilid 1, Jakarta : PT Prenhallindo.
- 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prenhallindo. Jakarta
- Sinungan, Much. Darsyah, *Uang dan Bank*, Rineka Cipta, Cetakan Pertama, Jakarta
- Siamat, Dahlan.1999., *Manajemen Bank Umum*. Intermedia, Cetakan Pertama, Jakarta
- Suyatno, Thomas dkk, *Kelembagaan Perbankan*, Gramedia Pustaka Utama Edisi Kedua, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2001. *TQM. Edisi revisi*. Andi Offset. Yogyakarta
- Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai, 2014
- Responden Kuesioner, Nasabah BRI Kanca Sinjai
- <http://id.wikipedia.org/wiki/co.id> diakses 20 Mei 2014
- [Infobanknews.com](http://infobanknews.com) diakses 14 Agustus 2014

RIWAYAT HIDUP



Musawwir, lahir di Sinjai, 21 Maret 1993. Anak pertama dari pasangan (alm) Muh Arsyad, dan Naisyah. Penulis memasuki jenjang pendidikan formal di SDN No 194 Kolasa Kecamatan Sinjai Timur Kab. Sinjai tamat tahun 2004. Dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Sinjai Timur , tamat tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Sinjai Timur tamat tahun 2010. Kemudian, pada tahun yang sama penulis tercatat sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen program Strata Satu (S1). Selama menjadi mahasiswa, penulis menjadi kader salah satu lembaga kedaerahan MPA TOMANURUNG HIPPMAS Periode 2011-Sekarang. Dan, penulis dalam menyelesaikan studinya, menyusun skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Sinjai “.