

LAPORAN PENELITIAN
DANA PNBP FEB TAHUN ANGGARAN 2014



**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada
PT. Bank SinarMas
Cabang Gorontalo**

Oleh

Supardi Nani,SE.,M.Si

NIP. 19760717 200501 1 002

Tineke Wolok, ST.,MM

NIP. 19730523 200604 2 002

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

SEPTEMBER 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bank Sinar Mas Kota Gorontalo

KETUA PENELITI

A. Nama Lengkap : Supardi Nani,SE.,M.Si
B. NIDN : 0017077601
C. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
D. Program Studi : S1 Manajemen
E. Nomor HP : 085240470459

ANGGOTA PENELITI

A. Nama Lengkap : Tineke Wolok, ST.,MM
B. NIDN : 0023057305
C. Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Gorontalo

Lama Penelitian : 3 Bulan
Penelitian Tahun ke : -
Biaya Penelitian : Rp. 5.000.000,-

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Gorontalo, September 2014
Ketua Peneliti

(Dr. Hamzah Yunus, M.Pd)
NIP/NIK, 19600231 196803 1 004

(Supardi Nani,SE.,M.Si)
NIP/NIK, 19760717 200501 1 002

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

(Dr. Fitryane Lihawa, M.Si)
NIP/NIK. 196912091993032001

ABSTRAK

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Judul penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasannasabah di PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana menganalisis kualitas pelayanan (tangibles, reliability,responsiveness, assurance dan empatty)terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo dan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Sederhana Berganda.

Hasil pengujian Instrumen validitas menunjukan rhitung > rkritis artinya valid dan reliabilitas berada diatas 0,6 artinya reliabel. Adapun hasil penelitian menunjukan analisis regresi berganda yaitu, $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 = 8,209 + (-0,065X_1) + 0,252X_2 + 0,213X_3 + 0,199X_4 + 0,287X_5$. Hasil uji t menunjukan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F menunjukan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank sulut, dimana nilai Pvalue $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) menunjukan besarnya kontribusi 0,643 atau 64,3% dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya yaitu 52,8% berupa kontribusi dari faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena berkat ridho dan Lindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo.”

Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan meningkatnya kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasa pelanggan sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

Harapan kami penelitian ini dapat menjadi sekaligus menjadi acuan dalam pengambilan berbagai kebijakan yang ditempuh serta pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahaan.....	i
Abstrak.....	ii
Prakata	iii
Daftar Isi	iv
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka	7
2.1. Kajian Teori	7
2.1. 1.Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.3. Pengertian Kepuasan Nasabah	15
2.1.4. Metode pengukuran Kepuasan Nasabah	17
2.1.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka pemikiran	20
2.4. Hipotesis	22
BAB 3 Metodologi Pelaksanaan Kajian.....	23
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2. Desain Penelitian	24
3.3. Oprasional Variabel.....	25
3.4. Populasi dan sampel.....	26

3.4.1. Populasi.....	28
3.4.2. Sampel.....	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Skala Pengukuran.....	30
3.7. Analisis Data.....	31
3.7.1. Pengujian Instrumen.....	31
3.7.1.1. Validitas	31
3.7.1.2. Realibilitas	32
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.7.3. Uji Asumsi Regresi	34
4.7.3.1.Uji normalitas	34
4.7.3.2.Uji Multikolinearitas	34
4.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	35
4.7.3.4. Uji Autokorelasi	35
3.7.4.Uji Koefisien Determinasi (R2).....	34
BAB 4. Gambaran Objek Penelitian.....	37
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.1. Sejarah Bank Sinarmas Cabang Gorontalo	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan PT. Bank Sinarmas	39
BAB 5. Pembahasan Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.....	40
5.1. Pengujian Instrument Penelitian.....	40
5.1.2. Uji Validitas.....	40
6.2.2. Uji Reliabilitas	40
5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	41
5.3. Hasil Pengujian Hipotesis	43

5.3.1. Pengujian Secara Parsial (t-test).....	43
5.3.2. Pengujian Secara Simultan	46
5.4. Pengujian Asumsi Klasik	47
 5.4.1. Uji Normalitas	47
 5.4.2. Uji Multikolinearitas	48
 5.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	49
 5.4.4. Uji Autokorelasi	49
5.5. Pengujian dan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	50
5.6. Pembahasan Penelitian	51
 5.6.1. Analisis Kualitas Pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i>) Secara Parsial Terhadap Kepuasan nasabah....	51
 5.6.2. Analisis Kualitas Pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i>) Secara Simultan Terhadap Kepuasan nasabah .	52
BAB 7. Penutup.....	55
7.1. Kesimpulan.....	55
7.2. Saran.....	56
Daftar Pustaka	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Nasabah	5
Tabel 3.3. Oprasional Variabel	26
Tabel 5.2. Hasil Analisis Linier Berganda	41
Tabel 5.3.1. Pengujian Secara Parsial (t-test) Coefficientsa.....	44
Tabel 5.3.2. Hasil Uji F	47
Tabel 5.4.2. Hasil Pengujian Multikolinearitas	49
Tabel 5.4.4. Pengujian autokorelas	50
Tabel 5.5. Pengujian instrument koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Pikir	21
Gambar 6.4.1 Gambar Grafik.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi, dan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Era sekarang ini yang di tandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Tersediannya kemudahan yang di peroleh dari media informasi membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat nasabah (*customer*) semakin banyak pilihan terhadap jenis bank yang akan di gunakan untuk bertransaksi.

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus di kelola dengan prinsip ke hati-hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang di butuhkan oleh masyarakat. Karena yang dibutuhkan oleh masyarakat (nasabah) adalah kepuasan dalam hal pelayanan oleh pihak bank. Konsumen akan sulit di puaskan karena telah terjadi pergeseran, yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa di bayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan nasabah. Nasabah sebagai objek yang harus di puaskan mempunyai harapan yang abstrak, sehingga melahirkan persepsi yang berbeda-beda Tentang bagaimana pelayanan yang baik dari bank untuk diberikan kepada nasabah. Tidak hanya itu nasabah mengharapkan adanya pelayanan transaksi yang cepat dan akurat. Kecenderungan disetiap bank terjadi penumpukan nasabah saat bertransaksi, dalam artian, terjadi antrian nasabah yang panjang pada waktu-waktu tertentu, sehingga nasabah harus rela menunggu.

Usaha jasa perbankan yang merupakan usaha jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan mengutamakan masalah kualitas pelayanan (*service quality*). Kualitas pelayanan ini menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perbankan. Fenomena ini terjadi hampir di seluruh bank, dimana nasabah juga menginginkan adanya peningkatan pelayanan maksimal secara terus menerus, ketika menggunakan jasa yang ada di bank. Namun kenyataannnya terkadang masih jauh dari apa yang menjadi harapan, atau keinginan dari nasabah itu sendiri, dengan melihat berbagai hal mengenai keinginan kepuasan nasabah yang semakin tidak terbatas. Menurut Kotler, kepuasan nasabah (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

Menurut Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Royne dalam Suryani (2001: 273), "Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk- produk utama bank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah di tiru". Oleh karena itu persaingan akan sangat di pengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu di bandingkan pesaingnya. Menurut Kotler (1997) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidak sesuaian *perceived service* atas *expected services*. Sehingga menciptakan masalah kualitas pelayanan menurut nasabah, fenomena ini dinamakan kesenjangan (GAP). Dari sinilah terciptanya persepsi nasabah serta mengenai kepuasan nasabah (*consumer satisfaction*).

Selain itu kepuasan nasabah yaitu menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan

perubahan kearah yang lebih baik. Zeithaml, parasuraman dan Berry dalam buku Kotler (1997:53) yang di kenal dengan *service quality (SERVQUAL)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, sebagai bank pemerintah yang turut adil dalam pembangunan di Negara ini, PT. Bank Sinarmas telah banyak melakukan terobosan guna untuk terus meningkatkan jumlah nasabah, atau pengguna jasa di bank ini. Namun tidak berbeda dengan perbankan lainnya, meskipun PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo tergolong bank yang terkemuka, dinamika ketidakpuasan nasabah juga tidak akan terlepas dari cara pelayanan karyawan PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya antrian panjang yang terjadi pada nasabah sehingga banyak nasabah yang harus rela menunggu lama. Tidak hanya itu, ada beberapa nasabah yang berpendapat bahwa pada proses pembukaan tabungan yang menggunakan kartu ATM, nasabah harus menunggu berminggu-minggu, selain itu dari segi fasilitas yang kurang baik serta ruangan yang kurang luas. Adapun pada saat nasabah melakukan peminjaman kredit, nasabah harus melalui beberapa ketentuan yang rumit dan membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga melahirkan persepsi yang negatif terhadap pelayanan di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Dapat dilihat pada table dibawah ini, jumlah nasabah selama empat tahun terakhir

**Tabel 1.1
Jumlah Nasabah
Di PT. Sinarmas
Cabang Gorontalo**

Tahun	Jumlah Nasabah		
	Tabungan	Simpanan	Giro

2009	8,375	986	291
2010	10,148	1,135	350
2011	12,082	1,117	289

Dari tabel diatas, terlihat bahwa jumlah nasabah pada PT. Bank Sinar Mas Cab. Gorontalo untuk produk tabungan dan pada tahun 2009 mengalami penurunan, dan pada tahun 2010 dan 2011 mengalami kenaikan jumlah nasabah. Sedangkan pada produk giro dan deposito mengalami kenaikan tiap tahun, akan tetapi terjadi penurunan jumlah nasabah pada tahun 2011, ini di duga akibat dari kualitas pelayanan yang kurang baik. Hal ini harus di perhatikan oleh pihak manajemen PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo ke depan, karena jika bank yang gagal memuaskan nasabah, akan berakibat berkurangnya jumlah nasabah dan menciptakan kesan yang buruk dari nasabah kepada bank ini, sehingga kedepan bank harus lebih proaktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan. setelah melihat fenomena yang terjadi pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo adalah : Keterampilan karyawan PT. Bank Sinarmas dalam kehandalan menghadapi pelanggan belum sebagaimana diharapkan; bahwa masalah yang ditemui oleh karyawan PT. Bank Sinarmas belum dapat di selesaikan secara refleksi oleh karyawan; karyawan PT. Bank Sinarmas belum dapat di responsiveness terhadap

pelanggan tentang keakuratan data dalam waktu yang tepat; karyawan PT. Bank Sinarmas belum dapat memberikan jaminan pengetahuan secara sikap sopan santun dan ramah kepada pelanggan yang antri dalam menunggu bagian; PT.Bank Sinarmas Cabang Gorontalo kadang-kadang belum memberikan perhatian yang tulus dalam memahami keberadaan karyawan yang berbeda-beda status sosialnya.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana menganalisis kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

1.3. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat :

1. Manfaat teoritis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian di bidang kualitas pelayanan jasa di masa yang akan datang, dan sebagai bahan untuk menambah khas pustaka di bidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

2. Manfaat Praktis

Dapat di jadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, supaya lebih memuaskan nasabah dan untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini serta dimasa mendatang.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Goetsch dan Davis (1994) dalam buku Tjiptono (1996:51) mendefinisikan “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jas, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Buddy dalam buku Wahyuningsih (2002:10), “kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal secara eksplisit dan implicit”.

Sedangkan definisi kulitas menurut Kotler (1997:49) adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen. Seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen berdasarkan beberapa pengertian kualitas diatas dapat diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir (*mindset*), yang dapat menterjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar konsumen dalam suatu proses manajemen dan proses produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen tersebut. Prespektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan

kualitas suatu produk/jasa. Menurut David dalam buku Tjiptono (1996:52), menidentifikasi adanya empat alternative perspektif kualitas yang bisa digunakan, yaitu:

1. Transcendental Approach

Kualitas dalam pendekatan ini, dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari, ada seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan kehalusan kulit (sabun mandi), dan lain-lain. Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2. Product-based Approach

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

3. Unser-based approach

Pendekatan ini di dasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan

preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dalam *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa nasabah yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. *Manufacturing-based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemenufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan (*conformance to requirements*).

Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang mengunakannya.

Pemahaman akan adanya perbedaan pandangan terhadap kualitas sebagaimana diuraikan diatas dapat bermanfaat dalam mengatasi konflik-konflik yang kadang kala timbul diantara para manajer dalam departemen fungisional yang berbeda. Cara yang terbaik bagi setiap perusahaan adalah menggunakan perpaduan antara beberapa perspektif kualitas dan secara aktif penyesuaikan setiap saat dengan kondisi yang dihadapi.

Menurut Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat

dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Pelayanan menurut Usmara (2003:231) merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang di hasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Menurut Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Ada beberapa macam hal yang dapat menyebabkan kualitas pelayanan menjadi buruk menurut *Et.al*: 2002 Yaitu sbb:

- a. Tidak terampil dalam melayani konsumen
- b. Cara berpakaian tidak sesuai
- c. Tutur katanya kurang sopan atau bahkan menyebalkan
- d. Bau badan mengganggu
- e. Selalu cemberut atau pasang tampang angker.

Faktor-faktor yang perlu di perhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan (*Wolkins* dalam buku Tjiptono, 2002) adalah:

- a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan kualitas pelayanan yang penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran.

- b. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman yaitu jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan.

- c. Mengelola bukti

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena itu pelanggan lebih cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible*.

- d. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan.

Kesimpulan dari kualitas pelayanan di atas yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen demi memenuhi harapan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, dan hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja.

2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas jasa layanan *SERVQUAL* merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry telah mengidentifikasi lima dimensi pelayanan berkualitas, yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Devinisi bukti langsung dalam bukunya Lupiyoadi (2001:148)' yaitu "kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang,dan lain sebagainya). Perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya."

Bukti langsung dalam buku Tjiptono (1996:70) adalah “bukti fisik dari jasa, bisa berupa fisik peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya, kartu kredit plastic).”

Sedangkan Kotler (1997:53) mengungkapkan bahwa bukti langsung adalah “fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang professional.”

2. Kehandalan (*reliability*)

Kehandalan menurut Lupiyoadi (2001:148) adalah “ kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Menurut Tjiptono (1996:69) mendefinisikan” mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya 15

(*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati”. Secara definisi kehandalan dalam Tjiptono (1997:14) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan”.

3. Daya tanggap (*responsiveness*).

Menurut Lupiyoadi (2001:148) daya tanggap adalah “suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membuat konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan”. Sedangkan menurut Tjiptono (1996:70) daya tanggap adalah “ keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*).

Definisi jaminan dalam Lupiyoadi (2001:148) yaitu “pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan”. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*). Kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*). Dan sopan santun (*courtesy*). Sedangkan menurut Kotler (1997:53) jaminan adalah “pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan”.

5. Empati (*empathy*)

Menurut Lupiyoadi (2001:148) menerangkan empati adalah “memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para nasabah dengan, berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah” Menurut Tjiptono (1996:70) empati adalah “kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah”.

Dari Keseluruhan teori tersebut rata-rata mengacu pada teori Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam buku Kotler (1997:53) yang di kenal dengan *service quality (SERVQUAL)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

2.1.3 Pengertian Kepuasan nasabah

Saat ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena nasabah akan melakukan pemakaian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa nasabah tersebut akan pindah ke produk pesaing. Menurut Kotler, kepuasan nasabah (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52).

Sedangkan Menurut Tse dan Wilton (dalam Lupiyoadi, 2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaianya. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004 : 349) . Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai

dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Selain Dimensi Kualitas Pelayanan, adapun metode pengukuran kepuasan Nasabah yang digunakan oleh Kotler (2000:41), diantaranya :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi nasabahnya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

2. Survei kepuasan nasabah

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan nasabah terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para nasabah. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh nasabah.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa nasabah yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali nasabahya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan transaksi lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing.

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya nasabah ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan nasabah jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya kepuasan nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat. Dari beragam pengertian kepuasan nasabah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan tanggapan prilaku, berupa evaluasi atau penilaian purnabeli nasabah terhadap penampilan, kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan nasabah dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap barang atau jasa tersebut. Keseluruhan pendapat di atas rata-rata mengacu pada pendapat Kotler dkk (2000 : 52), dengan indikator-indikator didalamnya adalah: Sistem Keluhan dan saran, Survei Kepuasan nasabah, Pembeli Bayangan, Analisa nasabah yang lari. Dan selanjutnya penelitian ini akan mengacu pada teori tersebut.

2.1.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (1997) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari

jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah (Kotler, 2000). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (1997 : 53) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi : *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Menurut Kotler, kepuasan nasabah (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah. Berdasarkan hal diatas pelayanan merupakan hal yang paling penting, karena apabila pelayanan yang diberikan sangat baik otomatis akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Dan menurut Oliver dalam (J. Suprapto, 2001:233) kepuasan pelayanan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari kepuasan nasabah tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan.

2.2 Peneliti Terdahulu

Peneliti yang dilakukan oleh Putra (2011), yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Di PT. BNI 46 Cabang Gorontalo. Hasil penelitian mendapatkan bahwa kelima dimensi kualitas penelitian memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa lima variable independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variable dependen kepuasan nasabah.

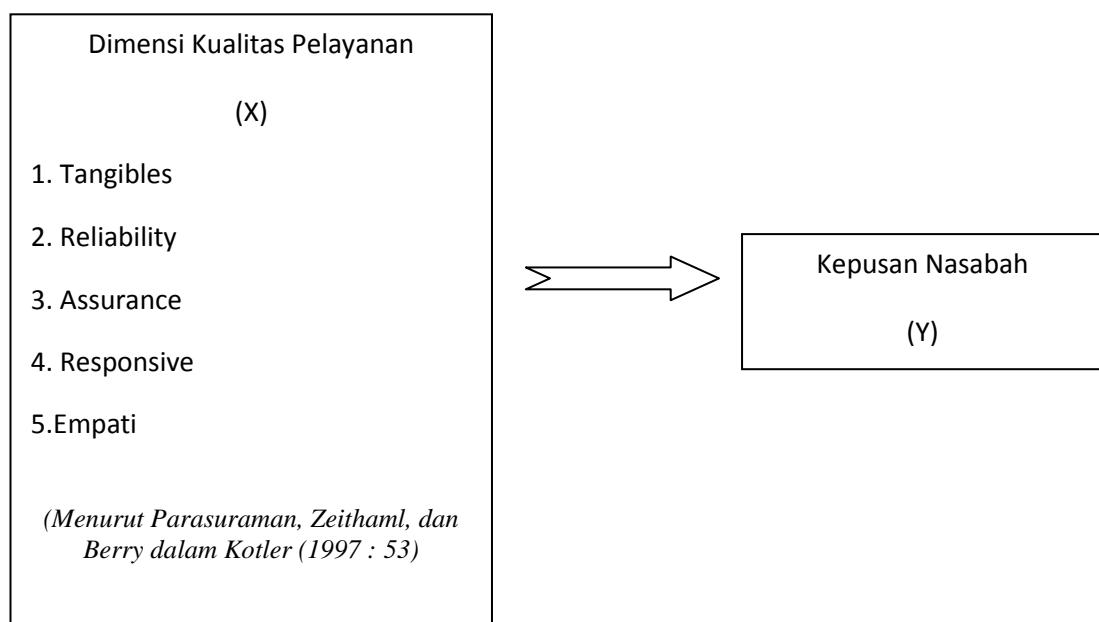
Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2002) tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang berjudul “Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar”. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen dan aspek kehandalan (*reliability*) dari dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang di lakukan Transtrianingsih (2001) yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bank muamalat cabang solo. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hanya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *empathy* yang terbukti sesuai hipotesis pada $\alpha < 5\%$. Sedangkan untuk variabel *assurance* (jaminan) hanya berpengaruh tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan untuk penelitian pada Bank Muamalat cabang Solo. Berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 81,50% variasi dari variabel kepuasan nasabah (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya

tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Sedangkan 18,50% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Mencermati hasil penelitian diatas jelas bahwa peneliti mengambil judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Setiap lembaga mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dalam upaya untuk memuaskan konsumen, begitu juga dengan PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo. Bukan hanya itu saja, kepuasan nasabah berangkat dari bentuk pelayanan yang berbeda dengan sistem pelayanan yang berbeda pula sehingga akan menghasilkan kepuasan yang berbeda. Inilah yang membedakan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu. Selain itu, penekanan pada perbedaan tempat dan waktu penelitian serta perbedaan metodologi penelitian khususnya pada jumlah populasi dan sampel, dan konsep analisis uji asumsi klasik.

2.3 Kerangka Pikir



Gambar 2.3. Kerangka Pikir

Meningkatnya tuntutan nasabah terdapat pelayanan perbankan yang berkualitas dan persaingan antara bank memaksa bank melakukan upaya-upaya khusus melalui peningkatan kualitas pelayanan agar memiliki keunggulan bersaing. Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan nasabah, maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (1997 : 53) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi : *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Menurut Kotler (1997) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidaksesuaian *perceived service* atas *expected services*. Sehingga menciptakan masalah kualitas pelayanan menurut nasabah, fenomena ini dinamakan kesenjangan (*GAP*). Dari sinilah terciptanya persepsi nasabah serta mengenai kepuasan nasabah (*consumer satisfaction*). Selain itu kepuasan nasabah yaitu menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

2.4 Hipotesis

Pola umum metode ilmiah, setiap penelitian terhadap suatu obyek hendaknya di bawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara yang masih harus di buktikan kebenarannya didalam kenyataan (*empirical verification*), percobaan (*experimentation*) atau praktek

(implementation). Atas dasar pokok masalah dan tujuan pembahasan dalam skripsi ini, maka hipotesis yang dikemukakan adalah “*Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) terdapat kepuasan nasabah*”.

BAB 3

METODOLOGI PELAKSANAAN KAJIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Langkah yang paling dalam keseluruhan obyek proses penelitian adalah obyek penelitian akan sangat menentukan keberhasilan penelitian, obyek merupakan suatu yang harus dicari jawabannya dalam penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Nazir (2003:54) analisis deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa yg akan datang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatory, yaitu metode yang digunakan untuk menjalankan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini memiliki dua sifat yang pertama adalah deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005 : 54). Kedua metode verifikatif yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antara variabel dan masalah yang diselidiki didalam hipotesis.

Untuk dapat mencapai tujuan penelitian pertama dan kedua dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui tanggapan konsumen Mengenai kualitas pelayanan teradap kepuasan nasabah pada Bank Sinarmas Cabang Gorontalo maka dilakukan penelitian yang berjenis deskriptif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada manajemen Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dan nasabah serta hasil penyebaran kuesioner. Dalam mencapai tujuan penelitian yang ketiga yaitu mengetahui bagaimana menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dilakukan penelitian yang bersifat verifikatif dan deskriptif dengan menggunakan data primer yaitu dengan meneliti hasil kuesioner yang dibagikan pada responden yang dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

3.3.Operasional Variabel

Variabel penelitian terdiri dari atas dua macam, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung dari variabel lainnya dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Variabel tidak terikat (*independent*), yaitu kualitas pelayanan (X).
2. Variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan nasabah (Y).

Variabel-variabel diatas akan terlihat lebih jelas dan terperinci yang disajikan dalam tabel operasionalisasi variabel berikut ini :

Tabel 3.3**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (<i>perceived service</i>), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (<i>expected service</i>). Kotler (1997)		Ordinal
1. <i>Tangible</i> (Bukti langsung). X1	Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal	<ul style="list-style-type: none"> - Gedung yang dimiliki. - kelengkapan fasilitas Fisik yg dimiliki - Penampilan karyawan. - Area parkir - Fasilitas keamanan 	
2. <i>Reliability</i> (Kehandalan) X2	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ketetapan bank dalam memenuhi janji. - Kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah. -Kemampuan melakukan implementasi standar pelayanan secara tepat waktu. -Pencatatan pada pembukuan - Kemampuan dalam secara tepat dan akurat 	
3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap). X3	<ul style="list-style-type: none"> Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang cepat kepada nasabah. - Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah - Cara karyawan menyambut nasabah - Kecepatan dalam pelayanan - Kemampuan karyawan dalam menenangkan 	

		nasabah	
4. Assurance (jaminan). X4	Pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan bank kepada karyawan - Rasa aman yang diberikan di setiap transaksi kepada nasabah - Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan - Pengetahuan karyawan terhadap produk bank - Sikap karyawan dalam memenuhi kepuasan pelanggan 	
5. Empathy (empati) X5	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> - Sikap karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah - Waktu dan tempat nyaman yang di berikan kepada nasabah. - Perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan - Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah - Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah 	
Kepuasan Nasabah(Y)	Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52).	<ul style="list-style-type: none"> - Keluhan dan pendapat - Penyebaran kuisioner kepada nasabah. - Koreksi terhadap kualitas pelayanan. - Melakukan komunikasi kembali dengan nasabah lama. 	Ordinal

--	--	--

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Arikunto (2010; 173) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah Gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang telah melakukan pemakai produk di Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah pengumpulan data tidak dilakukan dari seluruh responden yang menjadi anggota populasi tetapi hanya sebagian saja (Umar, 2007:78). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Mengingat populasi dapat ditentukan secara tepat maka untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan rumus Slavin sebagai berikut (Umar, 2007:78)

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan sebesar 10% atau 0,1.

Berdasarkan informasi dari pihak manajemen, nasabah yang melakukan kunjungan selama tiga tahun terakhir (2009-2011) yaitu sebanyak 34.773 orang. Sehingga ukuran sampel dalam penelitian ini melalui perhitungan rumus Slovin sehingga sampel yang di dapatkan menjadi 100 orang.

Dalam pengambilan sampel Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006:231). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada, maka metode pengambilan sampel menggunakan *Convinience sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel jika responden dipandang cocok sebagai sumber data.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk tujuan pengumpulan data baik primer penulis melakukan :

a. Wawancara

Penulis melakukan penelitian langsung di Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dengan mewawancara nasabah pengguna jasa layanan untuk memperoleh keterangan dan data-data yang diperlukan yang berkaitan erat dengan penelitian. Data yang dikumpulkan ini nantinya akan diikutsertakan dalam analisis maupun sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

b. Observasi

Pengamatan secara langsung pada obyek penelitian, guna memperoleh gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang diteliti.

c. Angket

Teknik ini digunakan oleh peneliti sebagai pengumpulan data. Hal ini dilakukan dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang telah ditetapkan.

3.6 Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan mengenai kualitas pelayanan jasa PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, dan referensi tolak ukur penilaian berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler yaitu loyal terhadap produk, *word of mouth communication* dan menjadi pertimbangan utama ketika menggunakan produk lain. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert yang ada pada kuesioner.

Variable tersebut diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Diberi skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Baik (STB)
2. Diberi skor 2, dengan kategori Tidak Baik (TB)
3. Diberi skor 3, dengan kategori Netral (N)
4. Diberi skor 4, dengan kategori Baik (B)
5. Diberi skor 5, dengan kategori Sangat Baik (SB)

Skala likert menggunakan ukuran data ordinal selanjutnya skor jawaban responden dijumlahkan dan dirata-ratakan menjadi skor rata-rata, skor inilah yang kemudian ditafsirkan sebagai posisi penilaian dalam *skala likert*. Alasan digunakan skala *likert* karena memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe yang lain yaitu selain relative mudah, menurut Lissita dan Green dalam Supranto (1997:84) skala likert juga tercermin dalam keragaman skor (*variability of score*)

sebagai akibat penggunaan skala antara 1 sampai dengan 5 Dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Kuesioner dengan menggunakan skala likert diatas, maka akan diketahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Kepuasan nasabah menentukan adanya *gap* antara harapan nasabah dan tingkat layaknya yang diterima, apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima maka nasabah tidak merasa puas, sebaliknya apabila harapan sama atau lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima maka nasabah akan puas.

Pengukuran tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas tercermin dalam daftar pertanyaan yang memungkinkan nasabah, mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan yang mereka terima. Berdasarkan pandangan statistik, skala dengan lima tingkatan (dari 1 sampai dengan 5) lebih tinggi keandalannya dari skala dengan dua tingkatan yaitu Ya atau Tidak.

3.7 Analisis Data

3.7.1 Pengujian Instrumen

3.7.1.1 Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001).

Menurut Sugiyono (2004:124) alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, guna menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Pengujian validitas dilakukan

dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total. Untuk menguji validitas item kuesioner digunakan metode *correlation pearson*. Item dikatakan valid jika nilai-nilai *correlation pearson* lebih dari nilai r kritis. Berdasarkan teori uji validitas, maka secara riil item yang dipakai dalam penelitian ini adalah yang memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,300. nilai kritis yang ditetapkan adalah sebesar 0,300 sesuai dengan kriteria dari Sugiyono.

Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Sebelum pengambilan kuesioner lebih lanjut maka terlebih dahulu sebagian item pertanyaan harus di uji dengan pengujian instrumen validitas. Pada penelitian ini di uji validitas pada 29 butir pertanyaan terhadap 20 responden.

3.7.1.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001). Dalam penguji reliabilitas menggunakan software SPSS

(Statistical Product and Service Solutions), adapun uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) dari cronbach (Umar, 2003:96) :

Dalam penelitian ini misalnya variabel kepuasan nasabah diukur dalam empat pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Untuk mengukur variabel kepuasan nasabah 1 jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama, yaitu kepuasan nasabah. Tingkat reliabilitas suatu konstruk dapat dilihat dari hasil uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2001). Setelah pengujian instrumen validitas dilakukan, maka dilanjutkan pengujian instrumen reliabilitas, reliabilitas berupa penguji beberapa item pertanyaan dalam satu variabel yang dijawab secara konstan atau stabil. semua item pertanyaan variabel pada kuesioner penelitian adalah reliabel artinya kuesioner yang digunakan dalam penelitian merupakan kuesioner yang baik selanjutnya semua indikator variabel bisa di uji dalam model regresi linear berganda.

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan regresi linear berganda. Variabel terikat (*dependent variable*) dan sebagai variabel bebas (*independent variable*)

$$\hat{y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

\hat{y} = Variabel terikat/ Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b_1 & b_2 = Koefisien regresi / slop

$X_1 = Tangibles$

$X_2 = Reliability$

$X_3 = Assurance$

$X_4 = Responsiveness$

$X_5 = Empathy$

$\varepsilon = Error$

3.7.3. Uji Asumsi Regresi

Uji asumsi regresi dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif. Uji Asumsi tersebut dapat digunakan dengan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Kita dapat melihatnya dari *Normal Probability Plot* yang membentuk suatu garis lurus diagonal, dan ploting data yang akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal (Ghozali, 2001).

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi diantara variabel independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variante Inflation Factor* (VIF), nilai *Tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel independennya (Ghozali, 2001).

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2001).

3.7.3.4 Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi merupakan uji asumsi dalam model regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya. Maksudnya korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya (Santosa, 2005:240). Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penetapan uji F dan Uji t (Budi, 2006:156). Untuk mendeteksi autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson (DW).

3.7.4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefesien determinasi (R). Besarnya koefesien determinasi adalah : 0 sampai dengan 1. Jika koefesien determinasi 0 berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada hubungan. Apabila koefesien determinasi semakin mendekati 1 maka hubungan tersebut positif dan kuat. Koefesien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat yang paling baik antara dua variabel atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi (share) dari variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam presentase, (Ghozali, 2001).

BAB 4

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4. 1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Sejarah Bank Sinarmas Cabang Gorontalo

Pada tahun 2005 PT. Sinarmas Multiartha, Tbk yang merupakan kelompok usaha Sinarmas yang berada di bawah kelompok usaha *Financial Services* mengambil alih PT.Bank Shinta Indonesia yang didirikan pada tahun 1989 yang memulai operasionalnya sejak Maret 1990. PT Bank Shinta Indonesia mengalami perubahan nama menjadi Bank Sinarmas pada Desember 2006. Sebagai upaya untuk memenuhi arahan Bank Indonesia yaitu agar bank-bank umum segera menjaperusahaan *Go Public* sehingga sebagian sahamnya dapat dimiliki oleh masyarakat umum, maka pada tahun 2010 setelah mendapatkan pernyataan efektif dari otoritas yang berwenang, tepatnya pada tanggal 13 Desember Bank Sinarmas mencatatkan saham perdannya di Bursa Efek Indonesia sehingga meningkatkan struktur permodalan sebesar Rp. 160 miliar, dari sebelumnya Rp. 568 miliar menjadi Rp. 728 miliar.

Minat masyarakat untuk memiliki saham Bank Sinarmas cukup tinggi, hal ini dikarenakan oleh pertumbuhan usaha yang cukup menggembirakan dan cukup signifikan, hal ini dapat dilihat pada total aset pada akhir Desember 2010 sebesar 11,2 triliun, jaringan kantor bertambah menjadi 110 kantor yang tersebar hampir diseluruh Provinsi di Indonesia dan telah terhubung secara *time on-line* dan teknologi informasi perbankan yang telah dicapai.

Sebagai bank swasta nasional, Bank Sinarmas secara konsisten mengembangkan pangsa pasarnya ditengah tantangan pasar yang sedang

berkembang di Indonesia. Usaha dan insentif diperlukan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah dan masyarakat, maka kegiatan usaha yang awalnya pada pasar pembiayaan usaha kecil, menengah dan mikro berkembang pada pembiayaan konsumen dan komersial.

Tuntutan fasilitas teknologi informasi yang serba canggih di masa kini dan masa depan menjadi tantangan perbankan untuk menyediakan layanan terbaik kepada masyarakat. Oleh karena itu tahun 2007 Bank Sinarmas memfasilitasi teknologi perbankan terintegrasi yang tidak terbatas ruang dan waktu yakni *Phone Banking, Internet Banking, dan Automatic Teller Machine* (ATM). Keperluan dibidang IT ini dari waktu ke waktu terus dikembangkan seiring dengan keperluan bisnis.

Bank Sinarmas melangkah maju mengembangkan diri secara berkesinambungan dengan semangat dan komitmen yang tinggi dari pemegang saham, pengurus dan karyawan bank untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan standar yang paling tinggi kepada para nasabah dan disertai dengan struktur keuangan yang kuat maka akan menjadikan Bank Sinarmas. Sebagai bank terkemuka di Indonesia Bank Sinarmas didirikan pada tahun 1989 berdasarkan akta no. 52 tanggal 18 Agustus 1989 yang dibuat di hadapi Buniarti Tjandra, SH., Notaris di Jakarta, yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tertanggal 21 Oktober 1989 Nomor 1506/1989. Diubah dengan Akta No. 31 Tanggal 6 April 2010 yang dibuat dihadapan Aulia Thaufani, SH pengganti Sutjipto, SH, Notaris di Jakarta dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU-22745.AH.01.01 Tahun 2010 tanggal 4 Mei 2010 sebagaimana diubah terakhir melalui Akta

No. 148 tanggal 25 Agustus 2010 dibuat dihadapan Aulia Thaufani, SH pengganti Sutjipto, SH. Notaris di Jakarta dan telah mendapat penerimaan pemberitahuan perubahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU-AH.01.10-23976 tanggal 22 September 2010. Diubah dengan Akta No.70 Tanggal 23 Desember 2011 yang dibuat oleh Aulia Taufani, S.H., pengganti Andalia farida, S.H., Notaris di Jakarta.

Dengan mendasar pada perkembangan tersebut adapun visi dan misi Bank Sinarmas sebagai berikut:

4.1.2. Visi dan Misi PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo

Visi Perusahaan

“Menjadi bank terkemuka di Indonesia dengan jaringan distribusi yang terintegrasi dan layanan yang prima”.

Misi Perusahaan

1. Memperluas jaringan kantor untuk penetrasi pasar dan pembiayaan pada sentra-sentra konsumen, UKM dan sektor usaha skala korporasi.
2. Memperluas basis nasabah mulai dari nasabah kecil hingga korporasi melalui kerjasama.
3. Meningkatkan kemampuan Teknologi Informasi dan Sumber Daya Manusia dalam rangka Memberikan layanan terbaik melalui payment system yang lengkap.
4. Membudayakan sistem Manajemen Resiko sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *Good Corporate Governance*.

BAB 5

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo

5.1. Pengujian Instrument Penelitian

5.1.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001). Sebelum penyebaran kuesioner ditindak lanjuti sampai ke 100 responden, maka pada penelitian ini peneliti menguji cobakan 29 butir pertanyaan terhadap 20 responden, hal ini bisa dilihat pada Tabel. 4.3. metode penelitian dimana hasil menunjukkan $r_{hitung} > r_{kritis}$, artinya semua indikator pada variabel bebas dan terikat adalah valid. Selanjutnya penyebaran indikator variabel pada kuesioner bisa diteruskan sampai pada 100 responden dan diuji dalam model regresi linear berganda.

5.2.2. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian instrumen validitas, maka dilanjutkan pengujian instrumen reliabilitas yang merupakan pengujian beberapa item pertanyaan dalam satu variabel yang dijawab secara konstan atau stabil (Ghozali, 2001). Pada penelitian ini peneliti menguji cobakan 29 butir pertanyaan terhadap 20 responden, hal ini bisa dilihat pada Tabel. 4.3 metode penelitian dimana hasil menunjukkan semua variabel bebas dan terikat mempunyai koefesien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua item pertanyaan variabel pada kuesioner penelitian adalah reliabel artinya kuesioner yang

digunakan dalam penelitian merupakan kuesioner yang baik Selanjutnya penyebaran indikator variabel pada kuesioner bisa diteruskan sampai pada 100 responden dan diuji dalam model regresi linear berganda.

5.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini mengetahui bagaimana analisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Dalam pengujian regresi linear berganda data yang diperlukan data interval, sedangkan data sekarang masih bersifat Ordinal, maka dari itu data ordinal ditransformasikan ke Interval melalui *Method Of Successive Interval* (MSI). Berikut ini perhitungan statistik coeffisien analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 5.2

Tabel 5.2.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)		8,209	1,789
Tangible	-,065	,089	-,058
Reliability	,252	,086	,234
Responsiveness	,213	,068	,283
Assurance	,199	,082	,264
Empathy	,287	,077	,366

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

Dari Tabel 4.1. diatas menunjukkan hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut : $\hat{y} = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 = 8,209 + (-0,065X_1) + 0,252 X_2 + 0,213X_3 + 0,199X_4 + 0,287X_5$

Model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Jika variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, empathy* = 0, maka Kepuasan nasabah diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 8,209.

Nilai B *Tangible* = -0,065 berpengaruh negatif artinya, jika *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dianggap tetap, dan masih rendahnya rasa kualitas tangible yang diberikan oleh Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, maka tidak berarti kepuasan nasabah.

Nilai B *Reliability* = 0,252 berpengaruh positif artinya, jika *Tangible, Responsiveness, Assurance, Empathy* dianggap tetap, dan semakin tinggi rasa kualitas *Reliability* yang diberikan Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, maka akan berarti semakin tinggi pula rasa kepuasan nasabah.

Nilai B *Responsiveness* = 0,213 berpengaruh positif artinya, jika *Tangible, Reliability, Assurance, Empathy* dianggap tetap, dan semakin tinggi rasa kualitas *Responsiveness* yang diberikan Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, maka akan berarti semakin tinggi pula rasa kepuasan nasabah.

Nilai B *Assurance* = 0,199 berpengaruh positif artinya, jika *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy* dianggap tetap, dan semakin tinggi rasa kualitas *Assurance* yang diberikan Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, maka akan berarti semakin tinggi pula rasa kepuasan nasabah.

Nilai B *Empathy* = 0,287 berpengaruh positif artinya, jika *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dianggap tetap, dan semakin tinggi rasa kualitas *Empathy* yang diberikan Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, maka akan berarti semakin tinggi pula rasa kepuasan nasabah.

Dari uraian model regresi berganda menunjukan bahwa *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* memiliki nilai positif artinya terjadi tingkat

kepuasan nasabah disebabkan oleh variabel bebas dimana yang paling berpengaruh *Empathy* dengan koefesien 0,287, diikuti oleh *Reliability* dengan koefesien 0,252, selanjutnya *Responsiveness* dengan koefesien 0,213, dan *Assurance* dengan koefesien 0,199. Sementara *Tangible* berpengaruh negatif artinya tidak ada kepuasan nasabah hal ini menunjukan hasil koefesien -0,065. Dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka strategi yang dilakukan terhadap kualitas *Emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* sangat baik artinya dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

5.3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis ini diuji dengan menggunakan uji F dan uji t. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo, baik secara simultan maupun secara parsial.

5.3.1. Pengujian Secara Parsial (t-test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri “*parsial*” variabel independen (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, *empathy*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Signifikan pengaruh positif dapat diestimasi dengan membandingkan Pvalue dan 95% (0,05) atau nilai ttabel dan thitung. Berikut ini perhitungan koeffisien statistik uji t dapat dilihat pada Tabel 5.3.1.

Tabel 5.3.1.
Pengujian Secara Parsial (t-test) Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	8,209	1,789	4,589	,000
Tangible	-,065	,089	-,058	-,733	,465
Reliability	,252	,086	,234	2,913	,004
Responsiveness	,213	,068	,283	3,109	,002
Assurance	,199	,082	,264	2,430	,017
Empathy	,287	,077	,366	3,728	,000

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

1. Variabel Tangible

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

$H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y.

Hasil uji t untuk variabel X1 “Tangible” diperoleh nilai thitung = -0,733 dan tingkat Pvalue = 0,465. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat ttabel (95% ; 100-6) sebesar 1,661. Dapat dilihat bahwa Pvalue > α atau thitung < ttabel, yang artinya H_0 terima dan H_1 ditolak. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel *Tangible* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan. Arah koefisien regresi negatif artinya *Tangible* tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya disimpulkan bahwa indikator *Tangible* kurang baik.

2. Variabel Reliability

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

$H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y.

Hasil uji t untuk variabel X2 “Reliability” diperoleh nilai thitung = 2,913 dan tingkat Pvalue = 0,004. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat ttabel (95% ; 100-2) sebesar 1,661. Dapat dilihat bahwa Pvalue < α atau

thitung > ttabel, yang artinya Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel *Reliability* berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Arah koefesien regresi positif artinya *Reliability* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa indikator *Reliability* yang semakin baik, akan memberikan kepuasan nasabah.

3. Variabel *Responsiveness*

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

$H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y.

Hasil uji t untuk variabel X3 “*Responsiveness*” diperoleh nilai thitung = 3,109 dan tingkat Pvalue = 0,002. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat ttabel (95% ; 100-2) sebesar 1,661. Dapat dilihat bahwa Pvalue < α atau thitung > ttabel, yang artinya Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel *Responsiveness* berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Arah koefesien regresi positif artinya *Responsiveness* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa indikator *Responsiveness* yang semakin baik, akan memberikan kepuasan nasabah.

4. Variabel *Assurance*

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

$H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y.

Hasil uji t untuk variabel X4 “*Assurance*” diperoleh nilai thitung = 2,430 dan tingkat Pvalue = 0,017. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat ttabel (95% ; 100-2) sebesar 1,661. Dapat dilihat bahwa Pvalue < α atau thitung > ttabel, yang artinya Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel *Assurance* berpengaruh secara positif dan dapat diterima.

Arah koefesien regresi positif artinya *Assurance* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa indikator *Assurance* yang semakin baik, akan memberikan kepuasan nasabah.

5. Variabel *Empahty*

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

$H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y.

Hasil uji t untuk variabel X5 “*Empahty*” diperoleh nilai thitung = 3,728 dan tingkat Pvalue = 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat ttabel (95% ; 100-2) sebesar 1,661. Dapat dilihat bahwa Pvalue < α atau thitung > ttabel, yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel *Empahty* berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Arah koefesien regresi positif artinya *Empahty* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa indikator *Empahty* yang semakin baik, akan memberikan kepuasan nasabah.

5.3.2. Pengujian Secara Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama “*Simultan*” pengaruh variabel independen (*Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, empathy*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Signifikan pengaruh positif dapat diestimasi dengan membandingkan Pvalue dan $\alpha = 0,05$ atau nilai F tabel dan F hitung. Berikut ini perhitungan statistik anova uji F dapat dilihat pada Tabel 5.3.2 berikut:

Tabel 5.3.2
Hasil Uji F
ANOVA*

Mode Sig	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1 Regression ,000a	197,449	5	39,490	18,723
Residual	198,262	94	2,109	
Total	395,711	99		

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, yaitu secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

$H_1 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, yaitu secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Hasil uji F untuk variabel bebas diperoleh nilai Fhitung = 18,723 dengan tingkat Pvalue = 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat Ftabel sebesar 2,31 dari Df dan dilihat di buku statistik. Dapat dilihat bahwa Fhitung > Ftabel atau Pvalue < α , yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis uji F secara bersama-sama kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Arah anova uji F positif artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa indikator kualitas pelayanan yang semakin baik, akan mempercepat kepuasan nasabah.

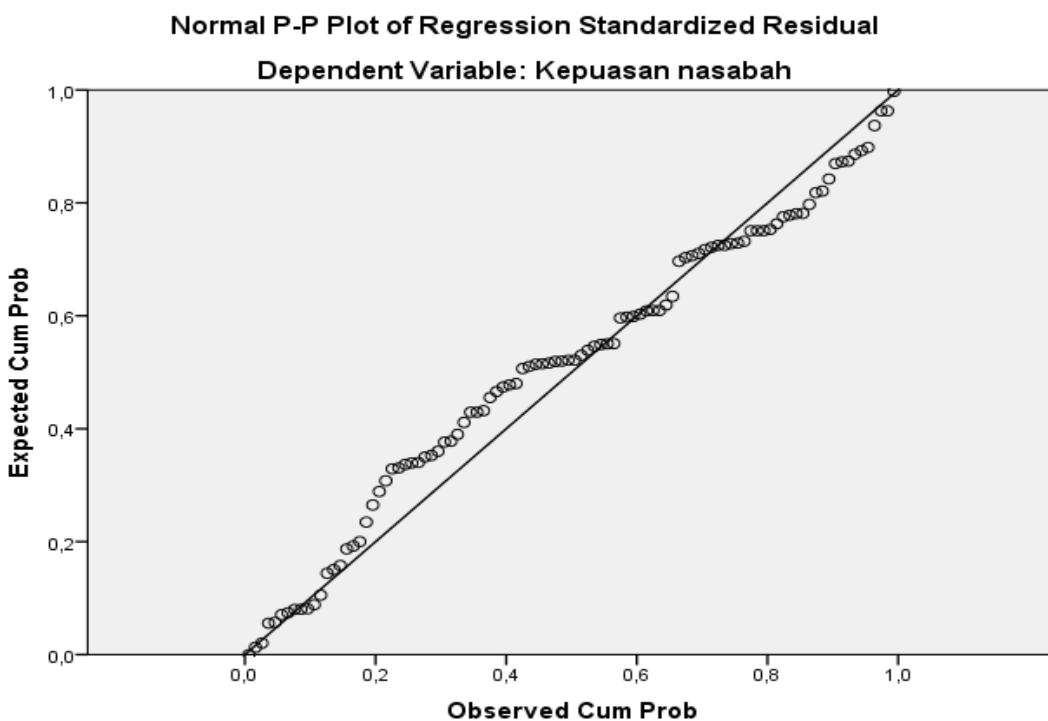
5.4. Pengujian Asumsi Klasik

5.4.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis

regresi linear dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal. Seperti terlihat pada gambar 5.4.1

**Gambar Grafik 5.4.1
Pengujian Normalitas**



Sumber : Gambar P-P Plot dari Data interv dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

Pada Grafik 6.4.1 menunjukan hasil pengujian tersebut bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

5.4.2. Uji Multikolinearitas

Suatu variabel menunjukan gejala multikolineritas bisa dilihat dari *Collinearity Statistics* pada nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Jika nilai Tolerance diatas dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas pada variabel independen (Ghozali, 2001). Berikut ini Hasil

pengujian multikolininearitas dengan nilai Tolerance dan VIF dari Coeffecients dapat dilihat pada Tabel 5.4.2

**Tabel 5.4.2
Hasil Pengujian Multikolinearitas**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Tangible	0,856	1,168	Tidak ada Multikolinieritas
2	Reliability	0,825	1,213	Tidak ada Multikolinieritas
3	Responsiveness	0,643	1,556	Tidak ada Multikolinieritas
4	Assurance	0,452	2,212	Tidak ada Multikolinieritas
5	Empathy	0,552	1,813	Tidak ada Multikolinieritas

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

Pada Tabel 5.4.2 menunjukkan variabel independen yang digunakan sebagai prediktor model regresi nilai VIF yang cukup Tangible kecil, dimana semuanya berada di bawah dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak ada gejala mulitikolininearitas.

5.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatter Plot. Apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001). Hal ini menunjukkan model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas, artinya tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

5.4.4. Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi merupakan uji asumsi dalam model regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya. Maksudnya korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya (Santosa, 2005:240). Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat

berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penetapan uji F dan Uji t (Budi, 2006:156). Untuk mendeteksi autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson (DW). Dalam pengujian autokorelasi menggunakan SPSS, Uji ini menghasilkan DW hitung dan DW tabel (dL dan dU). Pengujian Durbin Watson dapat dilihat pada Tabel 5.4.4

**Tabel 5.4.4
Pengujian autokorelas
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Durbin-Watson
1	,706 ^a	,643	,639	1,45230	1,718

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

Tabel 6.4.4 menunjukkan Durbin Watson (DW) hitung pada Model Summary memiliki nilai 1,718 pada $\alpha = 0,05$ dan $N = 100$ serta $K = 5$. Dengan DW tabel dL yaitu 1,57 dan dU sebesar 1,78. Dari kriteria pengujian, dapat dilihat bahwa $dL < DW < dU$ sama dengan $1,57 < 1,718 < 1,78$. Dengan demikian bahwa dalam pengujian autokorelasi tidak dapat dideteksi apakah terjadi autokorelasi atau tidak. Disimpulkan bahwa model regresi tidak dapat dideteksi, artinya ada atau tidak ada suatu gejala autokorelasi yang merupakan dasar pemenuhan asumsi regresi.

5.5. Pengujian dan Interpretasi Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi R memiliki tingkatan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan nilai koefisien determinasi R² digunakan R Square untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat artinya seberapa besar nilai variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat

dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya, berikut ini akan dijelaskan hasil pengujian Determinasi R2 pada Model Summary Tabel 5.5.

Tabel 5.5
Pengujian Interpretasi Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,706 ^a	,643	,639	1,45230	1,718

Sumber : Data primer (data ordinal–data interval, MSI) dan diolah dalam Statistik SPSS 18, 2012

Tabel 5.5. menunjukkan Hasil Regresi linier Berganda Model summary nilai koefisien determinasi R yang menunjukkan tingkat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu 0,706 atau mendekati 1 artinya terdapat hubungan yang kuat. Dan R square atau koefisien determinasi R2 menunjukkan besarnya kontribusi 0,643 atau 64,3% dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sementara sisanya 0,357 atau 35,7% berupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.6. Pembahasan Penelitian

5.6.1. Analisis Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan nasabah.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dilaksanakan dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Dimana Emphaty ini memiliki pengaruh signifikan sebesar (thitung = 3,728) yang lebih besar dibandingkan dengan bagian yang lainnya yang dijadikan sebagai strategi dalam penelitian ini, *Responsiveness* sebesar (thitung = 3,109), *Reliability* dengan (thitung = 2,913), *Assurance* hanya (thitung = 2,430), dan yang tidak berpengaruh *Tangible* sebesar (thitung = -0,733). Ini terlihat jelas *emphaty, responsiveness, reliability*, dan

assurance memiliki pengaruh lebih baik terhadap kepuasan nasabah dibandingkan dengan *tangible*.

Dari hasil analisis yang lebih jauh dan berdasarkan pendapat beberapa nasabah mengemukakan bahwa masih terdapat beberapa hal yang masih perlu diperbaiki antara lain yakni adanya antrian panjang yang terjadi pada nasabah sehingga banyak nasabah yang harus rela menunggu lama. Tidak hanya itu, ada beberapa nasabah yang berpendapat bahwa pada proses pembukaan tabungan yang menggunakan kartu ATM, nasabah harus menunggu berminggu-minggu, selain itu dari segi fasilitas yang kurang baik, ruangan yang kurang luas, dan masih kurangnya tempat parkir yang ada di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Adapun pada saat nasabah melakukan peminjaman kredit, nasabah harus melalui beberapa ketentuan yang rumit dan membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga melahirkan persepsi yang negatif terhadap pelayanan di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

Permasalahan-permasalahan di atas menjadi penghambat penerapan program kualitas pelayanan yang baik, sehingga PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo perlu memperbaiki segala kekurangan tersebut dalam upaya peningkatan kepuasan nasabah terhadap produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

5.6.2. Analisis Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) Secara Simultan Terhadap Kepuasan nasabah.

Dari hasil analisa diketahui bahwa pengaruh pererapan kualitas pelayanan (*Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah sebesar 18,723, hal ini lebih diperjelas bahwa

variabel kualitas pelayanan tersebut memiliki tingkat hubungan sebesar 0,706 terhadap kepuasan nasabah. Dari tingkat hubungan tersebut di dapat bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,643 atau 64,3% sementara sisanya 0,357 atau 35,7% berupa kontribusi faktor-faktor variabel lain yang tidak diteliti.

Hal itu dapat dimaklumi karena kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh faktor kualitas pelayanan saja dalam hal yakni (*Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) saja, karena faktor-faktor lain juga sangat mungkin ikut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, misalnya kualitas *produk, price, promotion*, dan tempat terhadap bank itu sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) secara keseluruhan terhadap kepuasan nasabah sebesar 35,7% dapat diterima pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo.

Faktor lain yang tidak diteliti adalah produk, pada Bank Sinarmas produk yang diberikan adalah suku bungan, tabungan, cek, dan lain-lain. Dari faktor ini bisa diramalkan bahwa seberapa besar kontribusi terhadap kepuasan nasabah yang sisahnya 35,7%. Faktor lain yang tidak diteliti adalah harga, pada Bank Sinar Mas harga yang diberikan kepada nasabah yaitu tingkat bunga, dan lain-lain. Dari faktor ini bisa diramalkan bahwa seberapa besar kontribusi terhadap kepuasan nasabah yang sisanya 35,7%.

Faktor lain yang tidak diteliti adalah tempat, pada Bank Sinarmas faktor ini memiliki nilai kontribusi yang cukup tinggi terhadap kepuasan nasabah karena tempat memiliki jarak jauh atau dekatnya tujuan nasabah. Dari faktor ini bisa

diramalkan bahwa besarnya kontribusi terhadap kepuasan nasabah yang sisanya 35,7%. Faktor lain yang tidak diteliti adalah promosi, promosi memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan nasabah, dimana bisa meningkatkan pencarian nasabah dalam melakukan transaksi pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo. Dari faktor ini bisa diramalkan bahwa besarnya. Dari faktor ini bisa diramalkan bahwa besarnya kontribusi terhadap kepuasan nasabah yang sisanya 35,7%.

Upaya selanjutnya dilaksanakan oleh pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam rangka mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut diharapkan agar tidak hanya menggunakan dan menjalankan strategi penerepan kulitas pelayanan saja tetapi harus mencakup seluruh komponen yang berkaitan dengan pemasaran dan mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabah. Sehingga laju pertumbuhan PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo akan semakin cepat dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sejenis.

BAB 6

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo” dan untuk mengetahui bagaimana variabel independen tersebut berpengaruh. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa hanya empat variabel independen yaitu *Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasaan nasabah. Artinya menurut konsumen, variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan melayani nasabah di bank. Dan Tangible berpengaruh negatif artinya menurut konsumen, variabel tangible perlu ditingkatkan karena belum bisa melayani nasabah, jika belum ditingkatkan maka kualitas tangible yang diberikan kepada nasabah tidak berpengaruh.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.
3. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variable independen *Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* berpengaruh

positif terhadap kepuasan nasabah. Sementara untuk variabel *tangible* berpengaruh negatif.

4. Hasil pengujian determinasi R memiliki tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu sebesar 0,706 dan determinasi R² menilai bahwa seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat dari pengujian penelitian variabel bebas mempengaruhi terhadap varibal terikat sebesar 0,643 atau sekitar 64,3%.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Upaya selanjutnya dilaksanakan oleh pada PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam rangka mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut diharapkan agar tidak hanya menggunakan dan menjalankan strategi penerepan kulitas pelayanan saja tetapi harus mencakup seluruh komponen yang berkaitan dengan pemasaran dan mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabah. Sehingga laju pertumbuhan PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo akan semakin cepat dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sejenis.
2. Perlu ditingkatkan pelayanan tangible di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo karena menurut analisis statistik dan survey dilapangan pengenai kualitas perlengkapan, fasilitas fisik dan sarana komunikasi belum dapat memuaskan nasabah.

3. Ternyata hasil menunjukkan masih ada 35,7% dipengaruhi oleh aspek lain yang bukan menjadi sasaran dari penelitian ini. Oleh karena itu, bagi yang ingin meneliti masalah yang sama kiranya lebih menitik beratkan pada masalah yang merupakan aspek lain tersebut. Masalah atau aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah tersebut bisa berupa kualitas produk, harga, promosi dan tempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : Rajawali Prejs.
- Engel et.al, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Ghozali, Imam, 2005, *Model Persaman Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indiantoro, Nur & Supomo , Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis*, 1999, BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Selemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, 1997, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Management : Analysis, Planing, Implementation and control*, Englewood Chiffs, N.S : Prentice. Hall International, Inc
- Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Salemba Empat .
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2001, Selemba Empat, Jakarta.
- Putra, Resha, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BNI 46 Cabang Gorontalo*. Skripsi : Gorontalo.
- Supranto, Johanes, *pengukuran Tingkat Kepuasan Pelangan*, 1997, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugito, Hadi 2007, “*Mengukur Kepuasan Pelanggan*”, Pusat Pengembangan Bisnis & Manajemen Riau, Desember, Suryani Tatik, Sri Lestari, & Wiwik Lestari, “*Analisis Pelayanan Mutu Total dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia*”, 2001, prahara offset, Surabaya.
- Tse, David K. & Wilton, Peter C., 1988, “*Models of Customer Satisfaction Formation: An Extension*”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, May 1988, pg. 204-212.

- Tjiptono, 2007, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Jawa Timur.
- Tjiptono, 2006, *Pemasaran Jasa*, Mayumedia, Malang.
- Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2002, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi 2002, prinsip-prinsip total Quality Service. Yogyakarta : Penerbit Andy
- Tjiptono, Fandi, *Manajemen Jasa*, 1996, Andi Offset, Yogyakarta.
- Transtianingzah, 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Solo*, Skripsi : Solo.
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Usmara, 2003, *Implementasi Manajemen Stratejik*: Kebijakan dan Proses PT. Amara Books, Jogjakarta.
- Zeithaml, L. Valerie A., 1988, “*Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence*”, Journal of Marketing, Vol. 52, July, pg. 2-22.
- Zeithaml, L. Valerie A., Parasuraman, A., Berry, Leonardo L., 1988, “*Servqual; A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*”, Journal of Retailing, Vol. 64, Spring, pg. 12-40.
- Zikmund, W.G., 2004, *Business Research Method*, The Drden Press, Harcourt College Publisher.

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN (KUESIONER)

Data Koesioner

Jenis Kelamin	: 0 Pria	0 Wanita
Umar	: 0 – < 20 tahun	0 20 – 29 tahun
	0 30 – 39 tahun	0 40 – 49 tahun
	0 – > 50 tahun	
Pekerjaan	: 0 Pelajar/Mahasiswa	0 Pedagang
	0 PNS	0 Pegawai Swasta
	0 Pengusaha	0 Lain-lain (.....)

KUESIONER 1

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai **Persepsi Anda** atas **Kualitas Pelayanan PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo**, dengan memberi tanda silang (x) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut :

5 : Sangat baik (SB)	3 : Netral (N)	1 : Sangat Tidak Baik (STB)
4 : Baik (B)	2 : Tidak Baik (TB)	

BAGAIMANA MENURUT PENDAPAT ANDA!

NO	ITEM PERTANYAAN	PENILAIAN				
		SB	B	N	TB	STB
TANGIBLE						
1	Gedung yang dimiliki	5	4	3	2	1
2	Kelengkapan Fasilitas fisik yang dimiliki	5	4	3	2	1
3	Penampilan Karyawan	5	4	3	2	1
4	Area Parkir	5	4	3	2	1
5	Fasilitas Keamanan	5	4	3	2	1
RELIABILITY						
6	Ketepatan bank menepati janji	5	4	3	2	1
7	Kemampuan dalam memecahkan masalah	5	4	3	2	1

	nasabah					
8	Kemampuan melakukan implementasi standar pelayanan secara tepat waktu	5 4 3 2 1				
9	Pencatatan pada pembukuannya	5 4 3 2 1				
10	Kemampuan melakukan pelayanan secara tepat dan akurat	5 4 3 2 1				
RESPONSIVENESS						
11	Pelayanan yang cepat kepada nasabah	5 4 3 2 1				
12	Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah	5 4 3 2 1				
13	Cara Karyawan menyambut nasabah	5 4 3 2 1				
14	Kecepatan dalam pelayanan	5 4 3 2 1				
15	Kemampuan karyawan dalam menenangkan nasabah	5 4 3 2 1				
ASSURANCE						
16	Kepercayaan bank kepada karyawan	5 4 3 2 1				
17	Rasa aman yang diberikan disetiap transaksi kepada nasabah	5 4 3 2 1				
18	Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan	5 4 3 2 1				
19	Pengetahuan karyawan terhadap produk bank	5 4 3 2 1				
20	Sikap karyawan dalam memenuhi kepuasan nasabah	5 4 3 2 1				
EMPATHY						
21	Sikap karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah	5 4 3 2 1				
22	Waktu dan tempat nyaman diberikan kepada nasabah	5 4 3 2 1				
23	Perhatian peribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan	5 4 3 2 1				
24	Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah	5 4 3 2 1				
25	Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah	5 4 3 2 1				

5 : Sering (SR) 3 : Kadang-kadang (KK) 1 : Tidak Pernah (TP)

4 : Selalu (SL) 2 : Kurang (KR)

MENURUT PENDAPAT ANDA BAGAIMANA KEPUASAN YANG ANDA RASAKAN?

NO	ITEM PERTANYAAN KEPUASAN NASABAH	PENILAIAN				
		SR	SL	KK	KR	TP
1	Anda selalu bertransaksi di bank ini?	5	4	3	2	1
2	Anda pernah kecewa dengan pelayanan bank ini?	5	4	3	2	1
3	Anda pernah menggunakan jasa yang sama dicabang ini	5	4	3	2	1
4	Anda pernah menceritakan hal positif bertransaksi di bank kepada orang lain	5	4	3	2	1

Lampiran 1. Data Ordinal Kualitas Pelayanan

No	Tangible (X1)					Reliability (X2)					Cepat Tanggap (X3)					Jaminan (X4)					Empati (X5)									
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	Jml	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	Jml	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	Jml	[16]	[17]	[18]	[19]	[20]	Jml	[21]	[22]	[23]	[24]	[25]	Jml
1	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
2	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	4	23	4	4	3	2	4	17	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	3	5	4	4	5	21	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22	3	5	3	4	4	19	5	5	2	5	4	21	4	4	5	5	5	23
5	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	24	5	5	3	5	5	23	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25
6	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	4	23	4	5	3	3	5	20	4	4	4	5	4	21	5	4	5	5	5	24
7	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	5	23	4	4	3	3	5	19	4	4	3	4	5	20	5	5	5	4	5	24
8	5	4	5	5	5	24	5	4	4	5	5	23	4	4	3	5	5	21	4	4	3	4	4	19	5	3	4	3	4	19
9	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	4	23	4	5	2	3	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
10	5	4	5	4	3	21	4	5	4	5	4	22	4	5	3	3	5	20	5	5	4	5	4	23	4	5	4	4	5	22
11	4	4	5	4	5	22	4	4	4	2	3	17	4	4	3	3	4	18	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21
12	4	4	5	4	5	22	5	5	5	5	4	24	3	3	3	2	4	15	3	4	3	3	4	17	4	3	5	3	4	19
13	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	23	4	5	5	3	5	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
15	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	4	5	3	3	5	20	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
16	4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	23
17	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23	3	4	4	2	5	18	4	4	4	3	4	19	4	5	4	5	4	22
18	4	4	3	5	5	21	5	3	5	4	5	22	3	5	5	3	5	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
19	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	3	3	5	21	4	5	3	5	5	22	5	5	5	4	5	24
20	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	24	5	5	4	3	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	5	4	3	5	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	
22	3	4	5	5	5	22	5	5	4	5	4	23	5	4	3	3	5	20	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	24	5	5	3	4	5	22	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25	
24	4	5	4	5	4	22	5	4	5	5	4	23	3	5	3	3	5	19	5	5	3	4	4	21	5	5	5	4	5	24
25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	22	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	4	24	
26	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	24	4	4	3	4	5	20	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	
27	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	4	23	5	5	3	4	5	22	5	5	2	5	5	22	5	5	5	4	5	24
28	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	22	4	5	2	4	5	20	4	5	3	5	4	21	5	5	5	4	5	24
29	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	4	23	4	5	3	5	5	22	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24
30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	4	5	3	3	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
31	3	4	5	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	5	2	4	5	20	5	5	2	5	5	22	5	4	5	4	5	23
32	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	4	23	5	5	3	4	5	22	5	5	2	5	5	22	5	5	5	4	5	24
33	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	22	3	4	3	3	5	18	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24
34	5	5	4	5	5	24	4	4	5	4	5	22	4	5	3	3	5	20	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24
35	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	4	4	2	3	5	18	5	5	2	5	4	21	5	5	5	4	5	24
36	4	5	5	5	5	24	4	4	4	5	4	21	4	4	2	3	5	18	5	5	2	4	5	21	5	5	5	5	5	25
37	3	5	4	5	5	22	5	5	4	5	4	23	5	4	3	3	5	20	5	5	3	5	4	22	5	5	5	4	5	24
38	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
40	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	3	4	4	2	5	18	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
42	5	5	4	5	5	24	5	4	3	5	4	21	4	5	3	3	5	20	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
43	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	5	23	4	4	4	5	4	21
44	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	24	5	5	5	4	5	24

45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25			
46	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	23	3	5	3	3	5	19	4	5	4	4	5	22	5	4	3	4	5	21
47	4	5	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23	4	5	3	3	5	20	4	5	3	4	4	20	5	5	5	4	5	24
48	4	5	4	5	4	22	4	5	5	4	5	23	4	5	3	3	5	20	4	5	3	5	5	22	5	5	5	4	5	24
49	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	3	3	5	21	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
50	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	4	5	3	4	5	21	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	5	23
51	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24	3	5	3	2	5	18	5	5	4	5	4	23	5	4	4	5	5	23
52	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	23	4	5	3	4	5	21	4	5	3	4	4	20	5	5	5	4	5	24
53	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	5	24	4	5	3	3	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23	5	5	3	3	5	21	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25
55	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	5	23	4	5	4	3	5	21	5	5	2	5	5	22	5	5	5	4	5	24
56	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	2	2	5	17	5	5	4	5	5	24	3	4	5	5	5	22
57	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	22	4	5	2	3	5	19	5	5	5	4	5	24	4	4	5	4	5	22
58	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	23	4	5	3	3	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	4	22	4	5	2	2	5	18	5	5	3	4	5	22	4	5	5	5	5	24
60	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	4	22	4	4	2	3	5	18	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
61	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4	22	4	5	3	3	5	20	5	5	3	5	5	23	5	4	5	4	5	23
62	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
63	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	5	23	5	5	3	4	5	22	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
65	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	24	3	4	2	3	5	17	5	5	2	5	5	22	5	5	5	4	5	24
66	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	5	24	3	5	3	4	5	20	5	5	2	4	4	20	5	5	5	4	5	24
67	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	4	23	3	5	2	3	5	18	5	5	2	4	5	21	5	4	5	4	5	23
68	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	5	23

69	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	4	21	3	3	2	2	4	14	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	5	24
70	5	5	4	5	4	23	5	4	5	5	4	23	3	5	3	4	5	20	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
71	4	5	5	5	4	23	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	5	24	4	5	3	4	5	21	5	5	2	4	4	20	5	5	5	4	5	24
73	4	5	4	5	5	23	5	5	4	5	4	23	3	4	5	2	5	19	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	5	24
74	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	4	23	3	5	3	2	5	18	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
75	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	4	23	2	5	4	3	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
77	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	2	3	5	20	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24
78	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	5	23	5	5	3	5	5	23	4	5	5	5	5	24
79	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	3	3	5	21	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
80	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	24	4	5	3	3	5	20	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	4	3	5	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	3	5	23
82	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	5	24	5	5	3	4	5	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	3	3	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
84	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	5	24	3	5	3	3	5	19	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	4	23	2	5	4	3	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	24	3	5	3	4	5	20	5	5	2	5	4	21	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	4	5	3	3	5	20	3	4	2	4	4	17	4	2	4	3	4	17
88	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	3	5	5	3	5	21	4	5	3	5	4	21	5	5	5	5	5	25
89	4	5	4	5	5	23	5	5	4	5	5	24	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	23
90	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	4	23	2	5	5	3	5	20	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	5	23	3	5	3	3	5	19	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	3	21	3	4	2	3	5	17	5	5	3	4	4	21	5	5	5	5	5	25

93	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	4	23	3	4	3	3	5	18	5	5	2	5	4	21	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	4	3	22	5	4	5	5	5	24	5	5	3	4	5	22	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
95	5	5	4	5	3	22	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23	5	5	3	5	4	22	5	5	5	5	5	25
96	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	23	5	5	3	4	4	21	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	4	24
97	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	4	4	3	4	5	20	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
98	5	5	4	4	5	23	3	5	5	5	5	23	2	3	1	2	4	12	2	4	1	3	2	12	3	2	3	1	3	12
99	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	5	23	3	4	3	3	5	18	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
100	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	3	5	2	3	5	18	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25

Lamiran 2. Data Ordinal Kepuasan Nasabah

Nomor	Kepuasan nasabah (Y)					Jumlah
	1	2	3	4		
1	5	4	5	5	19	
2	5	4	5	4	18	
3	5	3	5	5	18	
4	5	5	5	5	20	
5	5	5	5	5	20	
6	5	3	5	5	18	
7	5	3	5	5	18	
8	4	4	4	4	16	
9	5	4	5	5	19	
10	5	3	5	5	18	
11	4	4	5	5	18	
12	4	3	5	4	16	
13	5	5	5	5	20	
14	5	5	5	5	20	
15	5	3	5	5	18	
16	5	3	4	4	16	
17	5	4	4	4	17	
18	5	4	5	4	18	
19	5	3	5	5	18	
20	5	5	5	5	20	
21	5	3	5	5	18	
22	5	3	5	5	18	
23	5	3	5	5	18	
24	5	4	5	5	19	
25	5	3	5	5	18	
26	5	5	5	5	20	
27	5	5	5	5	20	
28	5	4	5	5	19	
29	5	4	5	5	19	
30	5	3	5	5	18	
31	5	4	5	5	19	
32	5	4	5	5	19	
33	5	5	5	5	20	
34	5	4	5	5	19	
35	5	3	5	5	18	
36	5	2	5	5	17	

37	5	3	5	5	18
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	4	5	4	18
41	5	5	5	5	20
42	5	2	5	5	17
43	5	4	5	4	18
44	4	4	5	5	18
45	5	5	5	5	20
46	4	4	5	5	18
47	4	3	4	5	16
48	5	3	5	5	18
49	5	3	5	5	18
50	4	4	5	4	17
51	4	4	4	4	16
52	5	2	5	5	17
53	5	3	5	5	18
54	5	3	5	5	18
55	4	3	5	5	17
56	5	1	5	5	16
57	4	3	5	5	17
58	5	5	5	5	20
59	5	4	5	5	19
60	5	4	5	5	19
61	4	3	5	5	17
62	5	4	5	5	19
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	4	3	5	4	16
66	4	4	5	5	18
67	5	3	5	5	18
68	4	5	5	4	18
69	5	3	5	5	18
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
72	4	4	5	5	18
73	5	4	5	4	18
74	5	5	5	5	20
75	5	4	5	4	18

76	5	3	5	5	18
77	5	3	5	5	18
78	5	3	5	5	18
79	5	4	5	5	19
80	5	3	5	5	18
81	5	4	5	5	19
82	5	2	5	5	17
83	4	2	4	4	14
84	5	3	5	5	18
85	5	3	5	5	18
86	5	5	5	5	20
87	5	3	5	5	18
88	5	3	5	5	18
89	5	4	4	4	17
90	5	2	5	5	17
91	5	3	5	5	18
92	5	4	5	5	19
93	5	3	5	5	18
94	5	4	5	5	19
95	5	3	5	5	18
96	5	4	5	5	19
97	5	5	5	5	20
98	3	1	2	3	9
99	5	4	5	5	19
100	5	4	5	5	19

Lampiran 3. Data Interval Kualitas Pelayanan

No	Tangible (X1)						Reliability (X2)						Cepat Tanggap (X3)						Jaminan (X4)						Empati (X5)					
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	Jml	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	Jml	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	Jml	[16]	[17]	[18]	[19]	[20]	Jml	[21]	[22]	[23]	[24]	[25]	Jml
1	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	4,43	3,52	2,98	18,98	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
2	2,21	2,73	4,26	2,64	2,21	14,05	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	3,14	2,19	3,46	1,00	1,00	10,79	4,10	1,00	4,11	2,23	2,65	14,10	3,77	3,79	3,68	4,35	2,16	17,75
3	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	2,13	3,74	4,43	3,52	2,98	16,80	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
4	3,75	1,00	4,26	1,00	3,75	13,76	2,22	4,22	2,74	2,54	4,22	15,94	2,13	3,74	3,46	3,52	1,00	13,84	4,10	2,81	2,28	3,76	2,65	15,61	2,13	2,23	3,68	4,35	3,92	16,33
5	2,21	1,00	2,69	2,64	3,75	12,29	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	4,31	3,74	3,46	4,63	2,98	19,12	2,55	2,81	3,25	3,76	4,24	16,61	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
6	2,21	2,73	4,26	1,00	3,75	13,95	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	2,55	1,00	4,11	3,76	2,65	14,07	3,77	2,23	3,68	4,35	3,92	17,96
7	2,21	2,73	4,26	1,00	3,75	13,95	2,22	4,22	2,74	4,15	4,22	17,55	3,14	2,19	3,46	2,34	2,98	14,12	2,55	1,00	3,25	2,23	4,24	13,27	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
8	3,75	1,00	4,26	2,64	3,75	15,40	3,95	2,64	2,74	4,15	4,22	17,70	3,14	2,19	3,46	4,63	2,98	16,40	2,55	1,00	3,25	2,23	2,65	11,69	3,77	1,53	1,97	1,75	2,16	11,18
9	3,75	1,00	4,26	2,64	3,75	15,40	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	3,14	3,74	2,22	2,34	2,98	14,43	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
10	3,75	1,00	4,26	1,00	1,00	11,01	2,22	4,22	2,74	4,15	2,69	16,02	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	4,11	3,76	2,65	17,44	2,13	3,79	1,97	2,90	3,92	14,72
11	2,21	1,00	4,26	1,00	3,75	12,23	2,22	2,64	2,74	1,00	1,00	9,60	3,14	2,19	3,46	2,34	1,00	12,14	2,55	1,00	4,11	3,76	4,24	15,66	2,13	2,23	3,68	2,90	2,16	13,11
12	2,21	1,00	4,26	1,00	3,75	12,23	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	2,13	1,00	3,46	1,00	1,00	8,59	1,60	1,00	3,25	1,00	2,65	9,50	2,13	1,53	3,68	1,75	2,16	11,26
13	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	3,14	3,74	5,26	2,34	2,98	17,46	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
14	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	5,26	4,63	2,98	20,91	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	2,13	2,23	3,68	4,35	3,92	16,33
15	3,75	1,00	4,26	2,64	3,75	15,40	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
16	2,21	1,00	2,69	2,64	2,21	10,75	3,95	4,22	4,31	2,54	4,22	19,24	3,14	2,19	4,43	2,34	2,98	15,09	2,55	1,00	4,11	2,23	2,65	12,54	2,13	3,79	1,97	4,35	3,92	16,17
17	2,21	1,00	2,69	1,00	2,21	9,12	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	2,13	2,19	4,43	1,00	2,98	12,74	2,55	1,00	4,11	1,00	2,65	11,31	2,13	3,79	1,97	4,35	2,16	14,40
18	2,21	1,00	1,00	2,64	3,75	10,60	3,95	1,00	4,31	2,54	4,22	16,02	2,13	3,74	5,26	2,34	2,98	16,45	4,10	1,00	4,11	2,23	2,65	14,10	2,13	2,23	1,97	4,35	2,16	12,85
19	3,75	2,73	2,69	2,64	2,21	14,02	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	4,31	3,74	3,46	2,34	2,98	16,84	2,55	2,81	3,25	3,76	4,24	16,61	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
20	3,75	1,00	2,69	2,64	3,75	13,83	3,95	4,22	4,31	2,54	4,22	19,24	4,31	3,74	4,43	2,34	2,98	17,81	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
21	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	4,43	2,34	2,98	17,81	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
22	1,00	1,00	4,26	2,64	3,75	12,65	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	2,19	3,46	2,34	2,98	15,29	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
23	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
24	2,21	2,73	2,69	2,64	2,21	12,48	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	2,13	3,74	3,46	2,34	2,98	14,65	4,10	2,81	3,25	2,23	2,65	15,05	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06

25	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	2,16	17,75
26	3,75	1,00	2,69	2,64	3,75	13,83	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	3,14	2,19	3,46	3,52	2,98	15,30	4,10	2,81	4,11	3,76	2,65	17,44	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
27	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
28	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	2,22	2,64	4,31	2,54	4,22	15,92	3,14	3,74	2,22	3,52	2,98	15,60	2,55	2,81	3,25	3,76	2,65	15,03	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
29	3,75	2,73	2,69	2,64	2,21	14,02	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	3,14	3,74	3,46	4,63	2,98	17,95	2,55	2,81	5,12	3,76	4,24	18,48	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
30	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
31	1,00	1,00	4,26	1,00	2,21	9,48	2,22	2,64	4,31	2,54	4,22	15,92	3,14	3,74	2,22	3,52	2,98	15,60	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	2,23	3,68	2,90	3,92	16,51
32	3,75	1,00	2,69	1,00	3,75	12,19	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
33	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	2,22	4,22	4,31	2,54	2,69	15,98	2,13	2,19	3,46	2,34	2,98	13,11	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
34	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	2,22	2,64	4,31	2,54	4,22	15,92	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
35	2,21	2,73	2,69	2,64	3,75	14,02	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	3,14	2,19	2,22	2,34	2,98	12,88	4,10	2,81	2,28	3,76	2,65	15,61	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
36	2,21	2,73	4,26	2,64	3,75	15,59	2,22	2,64	2,74	4,15	2,69	14,44	3,14	2,19	2,22	2,34	2,98	12,88	4,10	2,81	2,28	2,23	4,24	15,66	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
37	1,00	2,73	2,69	2,64	3,75	12,80	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	2,19	3,46	2,34	2,98	15,29	4,10	2,81	3,25	3,76	2,65	16,58	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
38	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	4,31	3,74	5,26	4,63	2,98	20,91	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
39	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	2,64	2,74	2,54	2,69	14,56	4,31	3,74	4,43	4,63	1,00	18,11	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	2,16	17,75
40	2,21	1,00	4,26	2,64	3,75	13,87	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	2,13	2,19	4,43	1,00	2,98	12,74	4,10	1,00	4,11	2,23	2,65	14,10	2,13	2,23	1,97	4,35	2,16	12,85
41	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	5,26	3,52	2,98	19,81	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
42	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	2,64	1,00	4,15	2,69	14,43	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
43	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	2,22	4,22	2,74	4,15	2,69	16,02	4,31	2,19	5,26	3,52	2,98	18,27	2,55	2,81	5,12	2,23	4,24	16,95	2,13	2,23	1,97	4,35	2,16	12,85
44	2,21	2,73	4,26	2,64	3,75	15,59	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	3,14	3,74	5,26	3,52	2,98	18,64	4,10	2,81	5,12	3,76	2,65	18,46	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
45	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	5,26	4,63	2,98	20,91	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
46	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	2,13	3,74	3,46	2,34	2,98	14,65	2,55	2,81	4,11	2,23	4,24	15,93	3,77	2,23	1,00	2,90	3,92	13,83
47	2,21	2,73	4,26	2,64	3,75	15,59	3,95	2,64	4,31	2,54	4,22	17,66	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	2,55	2,81	3,25	2,23	2,65	13,50	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
48	2,21	2,73	2,69	2,64	2,21	12,48	2,22	4,22	4,31	2,54	4,22	17,51	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	2,55	2,81	3,25	3,76	4,24	16,61	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
49	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	3,74	3,46	2,34	2,98	16,84	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
50	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	2,74	2,54	4,22	17,67	3,14	3,74	3,46	3,52	2,98	16,84	2,55	2,81	4,11	3,76	2,65	15,89	3,77	3,79	1,97	2,90	3,92	16,35
51	2,21	2,73	4,26	1,00	2,21	12,42	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	2,13	3,74	3,46	1,00	2,98	13,31	4,10	2,81	4,11	3,76	2,65	17,44	3,77	2,23	1,97	4,35	3,92	16,25
52	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	3,14	3,74	3,46	3,52	2,98	16,84	2,55	2,81	3,25	2,23	2,65	13,50	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06

53	2,21	1,00	4,26	2,64	2,21	12,33	3,95	4,22	4,31	2,54	4,22	19,24	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	2,55	2,81	5,12	3,76	4,24	18,48	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
54	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	4,31	3,74	3,46	2,34	2,98	16,84	2,55	2,81	3,25	3,76	4,24	16,61	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
55	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	2,74	2,54	4,22	17,67	3,14	3,74	4,43	2,34	2,98	16,64	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
56	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	3,14	2,19	2,22	1,00	2,98	11,54	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	1,00	2,23	3,68	4,35	3,92	15,19
57	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	2,64	2,74	4,15	2,69	16,17	3,14	3,74	2,22	2,34	2,98	14,43	4,10	2,81	5,12	2,23	4,24	18,50	2,13	2,23	3,68	2,90	3,92	14,87
58	2,21	2,73	4,26	1,00	3,75	13,95	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
59	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	2,64	2,74	4,15	2,69	16,17	3,14	3,74	2,22	1,00	2,98	13,08	4,10	2,81	3,25	2,23	4,24	16,63	2,13	3,79	3,68	4,35	3,92	17,88
60	3,75	2,73	2,69	1,00	3,75	13,92	2,22	2,64	4,31	4,15	2,69	16,00	3,14	2,19	2,22	2,34	2,98	12,88	2,55	2,81	4,11	2,23	4,24	15,93	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
61	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	2,74	2,54	2,69	16,15	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	2,23	3,68	2,90	3,92	16,51
62	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	4,43	3,52	2,98	18,98	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
63	3,75	2,73	2,69	2,64	2,21	14,02	2,22	4,22	4,31	2,54	4,22	17,51	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	2,13	3,79	3,68	4,35	3,92	17,88
64	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	5,26	3,52	2,98	19,81	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
65	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	2,13	2,19	2,22	2,34	2,98	11,87	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
66	3,75	2,73	4,26	1,00	2,21	13,95	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	2,13	3,74	3,46	3,52	2,98	15,83	4,10	2,81	2,28	2,23	2,65	14,08	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
67	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	2,13	3,74	2,22	2,34	2,98	13,41	4,10	2,81	2,28	2,23	4,24	15,66	3,77	2,23	3,68	2,90	3,92	16,51
68	3,75	2,73	2,69	1,00	3,75	13,92	3,95	4,22	2,74	2,54	4,22	17,67	3,14	2,19	4,43	3,52	2,98	16,27	4,10	2,81	4,11	2,23	4,24	17,49	2,13	2,23	3,68	4,35	3,92	16,33
69	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	2,22	2,64	2,74	4,15	2,69	14,44	2,13	1,00	2,22	1,00	1,00	7,35	4,10	2,81	5,12	2,23	2,65	16,92	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
70	3,75	2,73	2,69	2,64	2,21	14,02	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	2,13	3,74	3,46	3,52	2,98	15,83	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
71	2,21	2,73	4,26	2,64	2,21	14,05	2,22	2,64	4,31	2,54	4,22	15,92	3,14	2,19	4,43	3,52	1,00	14,29	2,55	1,00	4,11	2,23	2,65	12,54	2,13	2,23	1,97	2,90	2,16	11,40
72	3,75	2,73	4,26	1,00	2,21	13,95	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	3,14	3,74	3,46	3,52	2,98	16,84	4,10	2,81	2,28	2,23	2,65	14,08	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
73	2,21	2,73	2,69	2,64	3,75	14,02	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	2,13	2,19	5,26	1,00	2,98	13,56	4,10	1,00	4,11	2,23	2,65	14,10	3,77	2,23	3,68	4,35	3,92	17,96
74	3,75	2,73	4,26	1,00	2,21	13,95	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	2,13	3,74	3,46	1,00	2,98	13,31	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
75	2,21	1,00	4,26	2,64	3,75	13,87	3,95	4,22	4,31	2,54	4,22	19,24	4,31	3,74	4,43	3,52	2,98	18,98	4,10	1,00	4,11	2,23	2,65	14,10	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
76	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	1,00	3,74	4,43	2,34	2,98	14,49	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
77	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	3,74	2,22	2,34	2,98	15,60	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
78	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	4,31	3,74	5,26	2,34	2,98	18,63	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	2,13	3,79	3,68	4,35	3,92	17,88
79	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	3,74	3,46	2,34	2,98	16,84	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
80	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51

81	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	4,31	3,74	4,43	2,34	2,98	17,81	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	16,91
82	3,75	2,73	2,69	2,64	2,21	14,02	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
83	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	4,31	4,15	4,22	20,85	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	4,10	2,81	5,12	3,76	4,24	20,04	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
84	3,75	2,73	2,69	1,00	3,75	13,92	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	2,13	3,74	3,46	2,34	2,98	14,65	4,10	2,81	5,12	2,23	2,65	16,92	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
85	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	2,64	4,31	4,15	2,69	17,74	1,00	3,74	4,43	2,34	2,98	14,49	4,10	2,81	4,11	3,76	4,24	19,02	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
86	3,75	2,73	4,26	1,00	3,75	15,49	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	2,13	3,74	3,46	3,52	2,98	15,83	4,10	2,81	2,28	3,76	2,65	15,61	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
87	3,75	2,73	4,26	2,64	3,75	17,13	3,95	4,22	2,74	2,54	4,22	17,67	3,14	3,74	3,46	2,34	2,98	15,66	1,60	1,00	2,28	2,23	2,65	9,76	2,13	1,00	1,97	1,75	2,16	9,02
88	2,21	2,73	4,26	2,64	3,75	15,59	3,95	4,22	4,31	4,15	2,69	19,32	2,13	3,74	5,26	2,34	2,98	16,45	2,55	2,81	3,25	3,76	2,65	15,03	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
89	2,21	2,73	2,69	2,64	3,75	14,02	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	3,14	2,19	4,43	2,34	2,98	15,09	2,55	1,00	4,11	2,23	2,65	12,54	2,13	3,79	1,97	4,35	3,92	16,17
90	2,21	1,00	4,26	2,64	2,21	12,33	3,95	4,22	2,74	4,15	2,69	17,76	1,00	3,74	5,26	2,34	2,98	15,32	2,55	2,81	3,25	3,76	4,24	16,61	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
91	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	2,64	4,31	2,54	4,22	17,66	2,13	3,74	3,46	2,34	2,98	14,65	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
92	3,75	2,73	4,26	2,64	2,21	15,59	3,95	2,64	4,31	2,54	1,00	14,44	2,13	2,19	2,22	2,34	2,98	11,87	4,10	2,81	3,25	2,23	2,65	15,05	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
93	3,75	1,00	2,69	1,00	3,75	12,19	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	2,13	2,19	3,46	2,34	2,98	13,11	4,10	2,81	2,28	3,76	2,65	15,61	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
94	3,75	2,73	4,26	1,00	1,00	12,74	3,95	2,64	4,31	4,15	4,22	19,27	4,31	3,74	3,46	3,52	2,98	18,01	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
95	3,75	2,73	2,69	2,64	1,00	12,80	3,95	2,64	2,74	4,15	4,22	17,70	3,14	3,74	5,26	3,52	2,98	18,64	4,10	2,81	3,25	3,76	2,65	16,58	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
96	3,75	2,73	2,69	2,64	3,75	15,55	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	4,31	3,74	3,46	3,52	1,00	16,03	4,10	2,81	2,28	3,76	4,24	17,19	3,77	3,79	3,68	4,35	2,16	17,75
97	3,75	2,73	4,26	1,00	2,21	13,95	3,95	4,22	4,31	2,54	2,69	17,71	3,14	2,19	3,46	3,52	2,98	15,30	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51
98	3,75	2,73	2,69	1,00	3,75	13,92	1,00	4,22	4,31	4,15	4,22	17,90	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	
99	3,75	2,73	4,26	1,00	2,21	13,95	3,95	2,64	2,74	4,15	4,22	17,70	2,13	2,19	3,46	2,34	2,98	13,11	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	2,90	3,92	18,06
100	2,21	1,00	4,26	2,64	3,75	13,87	3,95	4,22	2,74	4,15	4,22	19,28	2,13	3,74	2,22	2,34	2,98	13,41	4,10	2,81	3,25	3,76	4,24	18,17	3,77	3,79	3,68	4,35	3,92	19,51

Lampiran 4 Data Interval Kepuasan Nasabah

Nomor	Kepuasan Nasabah				
	1	2	3	4	Jumlah
1	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
2	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
3	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
4	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
5	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
6	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
7	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
8	2,28	3,75	1,97	2,28	10,28
9	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
10	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
11	2,28	3,75	3,84	3,99	13,86
12	2,28	2,75	3,84	2,28	11,15
13	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
14	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
15	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
16	3,99	2,75	1,97	2,28	10,99
17	3,99	3,75	1,97	2,28	11,98
18	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
19	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
20	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
21	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
22	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
23	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
24	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
25	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
26	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
27	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
28	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
29	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
30	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
31	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
32	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
33	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
34	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
35	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57

36	3,99	1,75	3,84	3,99	13,56
37	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
38	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
39	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
40	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
41	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
42	3,99	1,75	3,84	3,99	13,56
43	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
44	2,28	3,75	3,84	3,99	13,86
45	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
46	2,28	3,75	3,84	3,99	13,86
47	2,28	2,75	1,97	3,99	10,99
48	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
49	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
50	2,28	3,75	3,84	2,28	12,15
51	2,28	3,75	1,97	2,28	10,28
52	3,99	1,75	3,84	3,99	13,56
53	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
54	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
55	2,28	2,75	3,84	3,99	12,86
56	3,99	1,00	3,84	3,99	12,81
57	2,28	2,75	3,84	3,99	12,86
58	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
59	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
60	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
61	2,28	2,75	3,84	3,99	12,86
62	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
63	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
64	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
65	2,28	2,75	3,84	2,28	11,15
66	2,28	3,75	3,84	3,99	13,86
67	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
68	2,28	4,82	3,84	2,28	13,22
69	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
70	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
71	2,28	3,75	1,97	2,28	10,28
72	2,28	3,75	3,84	3,99	13,86
73	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
74	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63

75	3,99	3,75	3,84	2,28	13,86
76	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
77	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
78	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
79	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
80	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
81	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
82	3,99	1,75	3,84	3,99	13,56
83	2,28	1,75	1,97	2,28	8,28
84	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
85	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
86	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
87	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
88	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
89	3,99	3,75	1,97	2,28	11,98
90	3,99	1,75	3,84	3,99	13,56
91	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
92	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
93	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
94	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
95	3,99	2,75	3,84	3,99	14,57
96	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
97	3,99	4,82	3,84	3,99	16,63
98	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00
99	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57
100	3,99	3,75	3,84	3,99	15,57

Lampiran 5. Hasil Pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan

1. Tangible

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Jumlah X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,123	,241	,390	-,026	,643**
	Sig. (2-tailed)		,605	,305	,089	,912	,002
	N	20	20	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	,123	1	,210	,171	-,036	,544*
	Sig. (2-tailed)	,605		,374	,471	,881	,013
	N	20	20	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	,241	,210	1	-,324	,030	,495*
	Sig. (2-tailed)	,305	,374		,164	,900	,027
	N	20	20	20	20	20	20
X1.4	Pearson Correlation	,390	,171	-,324	1	,101	,461*
	Sig. (2-tailed)	,089	,471	,164		,673	,041
	N	20	20	20	20	20	20
X1.5	Pearson Correlation	-,026	-,036	,030	,101	1	,449*
	Sig. (2-tailed)	,912	,881	,900	,673		,047
	N	20	20	20	20	20	20
Jumlah X1	Pearson Correlation	,643**	,544*	,495*	,461*	,449*	1
	Sig. (2-tailed)		,002	,013	,027	,041	,047
	N		20	20	20	20	20

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Tangible

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	20
	Excluded ^a	0
Total		100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,673	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

2. Reliability

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Jumlah X2
X2.1	Pearson Correlation	1 ,	,000	,553 [*] 1,000	,011 20	,408 20	,170 20
	Sig. (2-tailed)						,002 20
	N	20	20	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	,000 1,000	1 20	-,047 ,844	,381 20	,040 20	,485 [*] 20
	Sig. (2-tailed)						,030 20
	N	20	20	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	,553 [*] ,011	-,047 20	1 20	,055 20	,179 20	,499 [*] 20
	Sig. (2-tailed)						,025 20
	N	20	20	20	20	20	20
X2.4	Pearson Correlation	,408 0,074	,381 0,098	,055 0,819	1 20	,300 20	,777 ^{**} 20
	Sig. (2-tailed)						,000 20
	N	20	20	20	20	20	20
X2.5	Pearson Correlation	,170 0,475	,040 0,869	,179 0,450	,300 0,199	1 20	,588 ^{**} 20
	Sig. (2-tailed)						,006 20
	N	20	20	20	20	20	20
Jumlah X2	Pearson Correlation	,639 ^{**} 0,002	,485 [*] 0,030	,499 [*] 0,025	,777 ^{**} 0,000	,588 ^{**} 0,006	1 20
	Sig. (2-tailed)						
	N	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	20	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

3. Responsiveness

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Jumlah X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,364	,000	,393	,354	,635 **
	Sig. (2-tailed)		,115	1,000	,087	,126	,003
	N	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	,364	1	,213	,419	,514 *	,716 **
	Sig. (2-tailed)	,115		,368	,066	,020	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	,000	,213	1	,138	,310	,529 *
	Sig. (2-tailed)	1,000	,368		,562	,183	,016
	N	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	,393	,419	,138	1	,306	,743 **
	Sig. (2-tailed)	,087	,066	,562		,190	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	,354	,514 *	,310	,306	1	,662 **
	Sig. (2-tailed)	,126	,020	,183	,190		,001
	N	20	20	20	20	20	20
Jumlah X3	Pearson Correlation	,635 **	,716 **	,529 *	,743 ***	,662 **	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,016	,000	,001	
	N	20	20	20	20	20	20

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Responsiveness

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	20	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

4. Assurance

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Jumlah X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,595**	,325	,569**	,255	,766**
	Sig. (2-tailed)		,006	,163	,009	,278	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.2	Pearson Correlation	,595**	1	,039	,744**	,596**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,006		,872	,000	,006	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.3	Pearson Correlation	,325	,039	1	,124	,167	,539*
	Sig. (2-tailed)	,163	,872		,601	,481	,014
	N	20	20	20	20	20	20
X4.4	Pearson Correlation	,569**	,744**	,124	1	,593**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,601		,006	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.5	Pearson Correlation	,255	,596**	,167	,593**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,278	,006	,481	,006		,001
	N	20	20	20	20	20	20
Jumlah X4	Pearson Correlation	,766**	,778**	,539*	,822**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014	,000	,001	
	N	20	20	20	20	20	20

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Assurance

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	20	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,777	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

5. Empathy

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Jumlah X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,366	,471*	,000	,356	,599**
	Sig. (2-tailed)		,112	,036	1,000	,123	,005
	N	20	20	20	20	20	20
X5.2	Pearson Correlation	,366	1	,129	,501*	,538*	,808**
	Sig. (2-tailed)	,112		,586	,024	,014	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X5.3	Pearson Correlation	,471*	,129	1	,086	,378	,533*
	Sig. (2-tailed)	,036	,586		,718	,100	,016
	N	20	20	20	20	20	20
X5.4	Pearson Correlation	,000	,501*	,086	1	,325	,648**
	Sig. (2-tailed)	1,000		,024	,718	,162	,002
	N	20	20	20	20	20	20
X5.5	Pearson Correlation	,356	,538*	,378	,325	1	,747**
	Sig. (2-tailed)	,123		,014	,100	,162	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Jumlah X5	Pearson Correlation	,599**	,808**	,533*	,648***	,747***	1
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,016	,002	
	N	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Empathy

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	20	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	6

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

6. Kepuasana Nasabah

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Jumlah Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,097	,216	,336	,512*
	Sig. (2-tailed)		,683	,361	,147	,021
	N	20	20	20	20	20
Y.2	Pearson Correlation	,097	1	,097	,152	,717**
	Sig. (2-tailed)	,683		,683	,524	,000
	N	20	20	20	20	20
Y.3	Pearson Correlation	,216	,097	1	,642**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,361	,683		,002	,004
	N	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	,336	,152	,642**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,147	,524	,002		,000
	N	20	20	20	20	20
Jumlah Y	Pearson Correlation	,512*	,717**	,620**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,004	,000	
	N	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	20	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 6. Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,706 ^a	,643	,639	1,45230	1,718

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197,449	5	39,490	18,723	,000 ^a
	Residual	198,262	94	2,109		
	Total	395,711	99			

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance

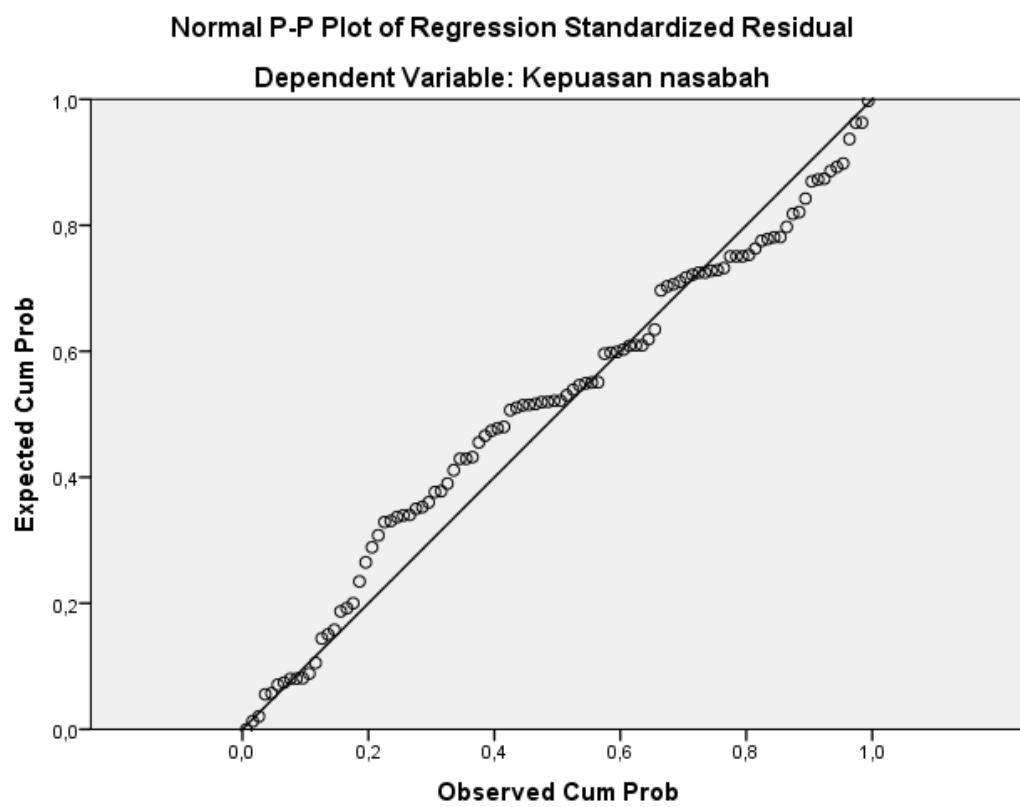
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Coefficients^a

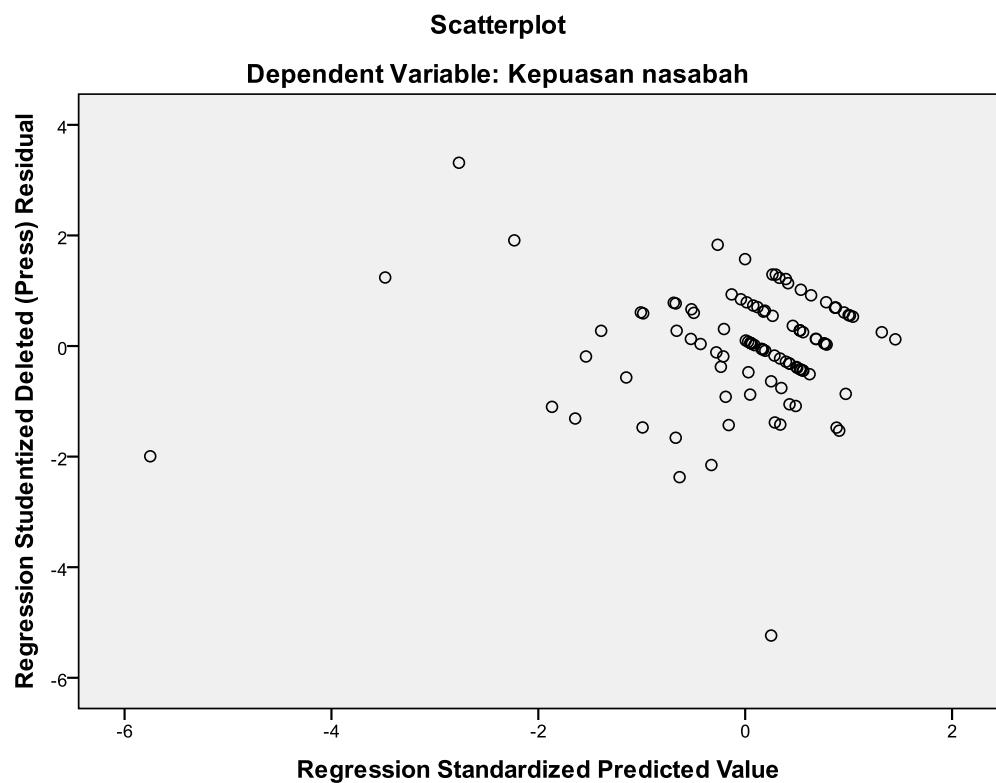
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,209	1,789	4,589	,000		
	Tangible	-,065	,089	-,733	,465	,856	1,168
	Reliability	,252	,086	,234	2,913	,004	,825
	Responsiveness	,213	,068	,283	3,109	,002	,643
	Assurance	,199	,082	,264	2,430	,017	,452
	Empathy	,287	,077	,366	3,728	,000	,552

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Lampiran 7. Normalitas P-P Plot



Lampiran 8. Heteroskedastisitas



Lampiran 9. Tabel T

db	Signifikan			db	Signifikan		
	0,1	0,05	0,01		0,1	0,05	0,01
1	3.078	6.314	31.821	51	1.298	1.675	2.402
2	1.886	2.920	6.965	52	1.298	1.675	2.400
3	1.638	2.353	4.541	53	1.298	1.674	2.399
4	1.533	2.132	3.747	54	1.297	1.674	2.397
5	1.476	2.015	3.365	55	1.297	1.673	2.396
6	1.440	1.943	3.143	56	1.297	1.673	2.395
7	1.415	1.895	2.998	57	1.297	1.672	2.394
8	1.397	1.860	2.896	58	1.296	1.672	2.392
9	1.383	1.833	2.821	59	1.296	1.671	2.391
10	1.372	1.812	2.764	60	1.296	1.671	2.390
11	1.363	1.796	2.718	61	1.296	1.670	2.389
12	1.356	1.782	2.681	62	1.295	1.670	2.388
13	1.350	1.771	2.650	63	1.295	1.669	2.387
14	1.345	1.761	2.624	64	1.295	1.669	2.386
15	1.341	1.753	2.602	65	1.295	1.669	2.385
16	1.337	1.746	2.583	66	1.295	1.668	2.384
17	1.333	1.740	2.567	67	1.294	1.668	2.383
18	1.330	1.734	2.552	68	1.294	1.668	2.382
19	1.328	1.729	2.539	69	1.294	1.667	2.382
20	1.325	1.725	2.528	70	1.294	1.667	2.381
21	1.323	1.721	2.518	71	1.294	1.667	2.380
22	1.321	1.717	2.508	72	1.293	1.666	2.379
23	1.319	1.714	2.500	73	1.293	1.666	2.379
24	1.318	1.711	2.492	74	1.293	1.666	2.378
25	1.316	1.708	2.485	75	1.293	1.665	2.377
26	1.315	1.706	2.479	76	1.293	1.665	2.376
27	1.314	1.703	2.473	77	1.293	1.665	2.376
28	1.313	1.701	2.467	78	1.293	1.665	2.375
29	1.311	1.699	2.462	79	1.292	1.664	2.374
30	1.310	1.697	2.457	80	1.292	1.664	2.374
31	1.309	1.696	2.453	81	1.292	1.664	2.373
32	1.309	1.694	2.449	82	1.292	1.664	2.373
33	1.308	1.692	2.445	83	1.292	1.663	2.372
34	1.307	1.691	2.441	84	1.292	1.663	2.372
35	1.306	1.690	2.438	85	1.292	1.663	2.371
36	1.306	1.688	2.434	86	1.291	1.663	2.370
37	1.305	1.687	2.431	87	1.291	1.663	2.370
38	1.304	1.686	2.429	88	1.291	1.662	2.369
39	1.304	1.685	2.426	89	1.291	1.662	2.369
40	1.303	1.684	2.423	90	1.291	1.662	2.369
41	1.303	1.683	2.421	91	1.291	1.662	2.368
42	1.302	1.682	2.418	92	1.291	1.662	2.368
43	1.302	1.681	2.416	93	1.291	1.661	2.367
44	1.301	1.680	2.414	94	1.291	1.661	2.367
45	1.301	1.679	2.412	95	1.291	1.661	2.366
46	1.300	1.679	2.410	96	1.290	1.661	2.366
47	1.300	1.678	2.408	97	1.290	1.661	2.365
48	1.299	1.677	2.407	98	1.290	1.661	2.365
49	1.299	1.677	2.405	99	1.290	1.660	2.365
50	1.299	1.676	2.403	100	1.290	1.660	2.364

Lampiran 10. Tabel F

df	Probabilitas 0,05					df	Probabilitas 0,05				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	161,00	199,00	216,00	225,00	230,00	51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	53	4.02	3,17	2.78	2.55	2.39
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	54	4.02	3,17	2.78	2.54	2.39
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	55	4.02	3,16	2.77	2.54	2.38
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	56	4.01	3,16	2.77	2.54	2.38
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	57	4.01	3,16	2.77	2.53	2.38
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	58	4.01	3,16	2.76	2.53	2.37
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	59	4.00	3,15	2.76	2.53	2.37
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	60	4.00	3,15	2.76	2.53	2.37
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	61	4.00	3,15	2.76	2.52	2.37
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	62	4.00	3,15	2.75	2.52	2.36
13	4,67	3,81	3,41	3,18	3,03	63	3,99	3,14	2.75	2.52	2.36
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	64	3,99	3,14	2.75	2.52	2.36
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	65	3,99	3,14	2.75	2.51	2.36
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	66	3,99	3,14	2,74	2,51	2,35
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	67	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	68	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	69	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	71	3,98	3,13	2,73	2,50	2,34
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	72	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	73	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	74	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	75	3,97	3,12	2,73	2,49	2,34
26	4,23	3,37	2,98	2,74	2,59	76	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	77	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	78	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,55	79	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
31	4,16	3,30	2,91	2,68	2,52	81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33
32	4,15	3,29	2,90	2,67	2,51	82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33
33	4,14	3,28	2,89	2,66	2,50	83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32
35	4,12	3,27	2,87	2,64	2,49	85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
36	4,11	3,26	2,87	2,63	2,48	86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
37	4,11	3,25	2,86	2,63	2,47	87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
38	4,10	3,24	2,85	2,62	2,46	88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
39	4,09	3,24	2,85	2,61	2,46	89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32
41	4,08	3,23	2,83	2,60	2,44	91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31
43	4,07	3,21	2,82	2,59	2,43	93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
45	4,06	3,20	2,81	2,58	2,42	95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
47	4,05	3,20	2,80	2,57	2,41	97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
48	4,04	3,19	2,80	2,57	2,41	98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31
49	4,04	3,19	2,79	2,56	2,40	99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31