



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
JASA PINJAMAN ULaMM (UNIT LAYANAN MODAL
MIKRO) PT PNM (PERMODALAN NASIONAL
MADANI) UNIT JEMBER KOTA**

*THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION IN USING ULaMM (MICRO FINANCING SERVICE UNIT)
PT PNM (PERMODALAN NASIONAL MADANI) JEMBER DISTRICT UNIT
LOAN SERVICE*

SKRIPSI

Oleh:

Achmad Dwi Effendi

NIM 070810201201

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2015



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
JASA PINJAMAN ULaMM (UNIT LAYANAN MODAL
MIKRO) PT PNM (PERMODALAN NASIONAL
MADANI) UNIT JEMBER KOTA**

*THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION IN USING ULaMM (MICRO FINANCING SERVICE UNIT)
PT PNM (PERMODALAN NASIONAL MADANI) JEMBER DISTRICT UNIT
LOAN SERVICE*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Achmad Dwi Effendi

NIM 070810201201

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2015

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Achmad Dwi Effendi
NIM : 070810201201
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Jasa
Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal
Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional
Madani) Unit Jember Kota**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 24 Februari 2015

Yang menyatakan,

Achmad Dwi Effendi
NIM 070810201201

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Dalam Menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit
Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional
Madani) Unit Jember Kota

Nama Mahasiswa : Achmad Dwi Effendi

NIM : 070810201201

Jurusan : S-1 Manajemen/ Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso M.Si.
NIP 19591013 198802 1 001

N. Ari Subagio S.E., M.Si.
NIP 19731109 200003 1 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi
S1-Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E, M.M
NIP 19780525 200312 2 002

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA PINJAMAN ULaMM (UNIT
LAYANAN MODAL MIKRO) PT PNM (PERMODALAN NASIONAL
MADANI) UNIT JEMBER KOTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Achmad Dwi Effendi

NIM : 070810201201

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

11 Maret 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Dr. Ika Barokah S, S.E, M.M (.....)
19780525 200312 2 002**

**Sekretaris : Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D (.....)
19660408 199103 1 001**

**Anggota : Dr. Purnamie Titisari, S.E., M.Si (.....)
19750106 200003 2 001**

FOTO

**4 x 6
cm**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

- a. Kedua orang tuaku, ayahku M. Ichwan dan ibuku Lilik Suharti yang selalu mendoakanku, memberiku semangat, mengajarkanku untuk tidak mudah putus asa dalam menghadapi apapun, dan sangat menyayangiku. Karya ini persembahkan sebagai wujud baktiku pada ayah dan ibuku. Terima kasih tiada terhingga tercurah untuk ayah dan ibu.
- b. Kedua saudara saya M. Eko Hermawan dan M. Dedi Trianto terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
- c. Seluruh Keluarga besarku dan semua orang yang selama ini telah membantu, mendoakan, dan memberikan dorongan semangat kepada saya.
- d. Guru-guru dan dosen-dosen yang telah membimbingku sejak TK hingga kuliah.
- e. Sahabat-sahabat terbaikku. Terima kasih banyak atas semangat, motivasi dan bantuan yang diberikan selama ini. Kalian selalu ada menemaniku dalam suka maupun duka. Terima kasih atas semuanya, semoga Allah SWT membalas perbuatan baik kalian kepada ku. Amin.
- f. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember tercinta.

MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Surat Al-Mujadalah ayat 11)

“Kita bisa mundur satu langkah untuk dapat meloncat lebih jauh” ; (John Clarke)



ABSTRAKSI

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Jember Kota; Achmad Dwi Effendi, 070810201201; 2015; 96 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan Untuk menguji dan membuktikan pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan nasabah ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Jember Kota. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah ULaMM Unit Jember Kota. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah responden 108 orang. Kriteria pengambilan sampel yaitu: a) nasabah yang menggunakan jasa ULaMM minimal satu tahun; b) Berusia 21 tahun, karena pada usia tersebut seseorang layak untuk melakukan perjanjian sesuai dengan syarat perjanjian.

Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 5 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi pendekatan Konfirmatori. hasil analisis menunjukkan bahwa: a) variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, b) variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, c) variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, d) variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan e) variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

The Influences of Service Quality Towards Customer Satisfaction in Using ULaMM (Micro Financing Service Unit) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Jember District Unit Loan Services; Achmad Dwi Effendi, 070810201201; 2015; 96 pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

This research was purposed on testing and proving the influences of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy toward ULaMM (Micro Capital Services Unit) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Jember District Unit customer satisfaction. The population in this research are the customer ULaMM Jember District Unit. The method which is used in this research is “purposive sampling” in amount of 108 respondents. The criteria sample taking are: a) customers that use ULaMM service one year-minimum; b) 21 years old, because on that age, a customer in making a deal according to the terms of the agreement.

There are 5 variables that used in this research. Analyzing tool which is used in this research is the Confirmatory regression analysis. The results of analysis showing that: a) tangible variable is not significantly influence customer satisfaction, b) reliability variable has significant effect towards customer satisfaction, c) responsiveness variable has significant effect towards customer satisfaction, d) assurance variable has significant effect towards customer satisfaction, and e) empathy variable has significant effect towards customer satisfaction.

Keywords: Quality of Service, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpa-Nya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

- a. Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
- b. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
- c. Dr. Imam Suroso M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan perhatian, dorongan semangat, sabar, bimbingan, pengarahan, serta saran. Dan juga segenap waktu dan pemikiran juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga mampu terselesaikan skripsi ini;
- d. N. Ari Subagio S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan perhatian, dorongan semangat, sabar, bimbingan, pengarahan, serta saran. Dan juga segenap waktu dan pemikiran juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga mampu terselesaikan skripsi ini;
- e. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
- f. Teristimewa Ayah dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian;
- g. Kakak dan adikku terima kasih atas dukungannya;
- h. Rekan atau kawanku Eva Rosiana Dewi, Sandi Ismoyo, Gigih Agam Nuraga, Arief Bhakti Anggara, Amanda Dit Sinatrya, Getra Dwi Kristian, Rahmat Choirudin, M. Andi Triprasetya, Teja Yuwana Putra, M. Qoharis Didamba, Melia Evi Arafika dan seluruh teman-teman Program Studi S-1 Manajemen 2007 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya;
- i. Teman-teman kosan Jl Jawa IVa No 6, terima kasih atas dorongan semangat, doa dan bantuannya sehingga terselesaikannya skripsi ini;

- j. Manajer unit serta seluruh staff dan karyawan PNM ULaMM Unit Jember Kota, terima kasih telah memberikan bantuan informasi sehingga terselesaikan skripsi ini;
- k. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan, dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 3 Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis	6
2.1.1 Pengertian Jasa	6
2.1.2 Karakteristik Jasa	6
2.1.3 Kualitas Layanan	8
2.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	10

2.1.5 Kepuasan Nasabah	11
2.1.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	13
2.1.6.1 Pengaruh Bukti Fisik Dengan Kepuasan Nasabah	13
2.1.6.2 Pengaruh Kehandalan Dengan Kepuasan Nasabah	13
2.1.6.3 Pengaruh Daya Tanggap Dengan Kepuasan Nasabah	14
2.1.6.4 Pengaruh Jaminan Dengan Kepuasan Nasabah	14
2.1.6.5 Pengaruh Empati Dengan Kepuasan Nasabah	14
2.2 Kajian Empiris	15
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2. Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi	19
3.2.2 Sampel	19
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Identifikasi Variabel	21
3.6 Definisi Operasional Variabel	21
3.7 Teknik Pengukuran	23
3.8 Uji Instrumen	23
3.8.1 Uji Validitas	23
3.8.2 Uji Reliabilitas	24
3.9 Metode Analisa Data	25
3.9.1 Uji Asumsi	25
3.9.2 <i>Confirmatory Technique</i>	26

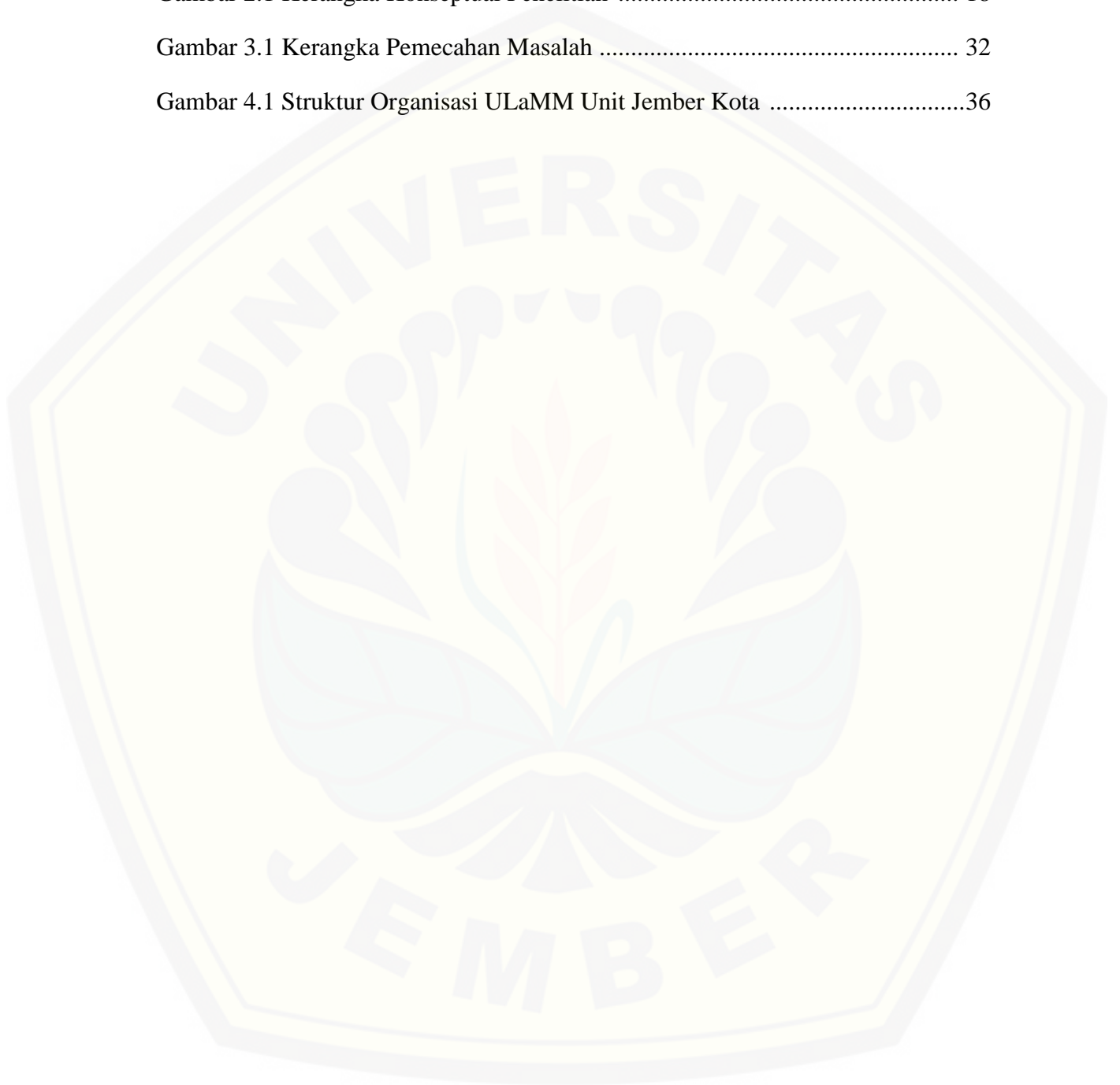
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Gambaran Umum PNM ULaMM	34
4.1.2 Visi dan Misi.....	35
4.1.3 Struktur Organisasi	35
4.1.4 Karakteristik Responden.....	37
4.1.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	39
4.1.6 Uji Instrumen	44
4.1.7 Uji Asumsi <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	46
4.1.8 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	47
4.2 Pembahasan	51
4.2.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah	52
4.2.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah	54
4.2.3 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah	55
4.2.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah	56
4.2.5 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Nasabah	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	16
Table 3.1 Uji Kesesuaian Model	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik	39
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kehandalan	40
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Daya Tanggap.....	41
Tabel 4.7 distribusi frekuensi jaminan	41
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Empati.....	42
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	45
Tabel 4.11 Indeks Kesesuaian Model	48
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Kausalitas.....	49
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Pengujian Regresi	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	18
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi ULaMM Unit Jember Kota	36



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	63
LAMPIRAN 2. REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN	67
LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	70
LAMPIRAN 4. UJI ASUMSI	79
LAMPIRAN 5. UJI KESESUAIAN MODEL	83
LAMPIRAN 6. UJI KAUSALITAS	85
LAMPIRAN 7. ANALISIS DESKRIPTIF STATISTIK	90
LAMPIRAN 8. DISTRIBUSI FREKUENSI	91
LAMPIRAN 9. TABEL <i>CHI-SQUARE</i>	95

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian global yang tercermin dari terbukanya perdagangan bebas dan perkembangan teknologi serta informasi mendorong juga pertumbuhan di sektor jasa. Peluang bisnis banyak yang muncul dari sektor ini, demikian pula dengan kesempatan kerjanya yang semakin luas. Di Indonesia perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat. Kenyataan ini mendorong adanya peningkatan minat dan perhatian, baik dari kalangan akademisi maupun praktisi untuk menelaah dan mengkaji berbagai permasalahan dalam sektor jasa.

Definisi jasa menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2005:16) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Gronroos (dalam Tjiptono dan Candra, 2005:11) mengemukakan Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktifitas *intangible* yang biasanya (tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah nasabah.

Pelayanan menjadi salah satu strategi yang digunakan perusahaan jasa untuk mendapatkan nasabah. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan mendapat nasabah maka tiap perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah sesuai dengan konsep *customer focus* atau berfokus pada nasabah. Perusahaan terbaiklah yang nantinya dapat memenangkan nasabah. Semakin banyaknya pesaing mendorong tiap perusahaan jasa untuk memperbaiki diri semakin lebih baik, salah satunya yaitu dari segi pelayanan.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Harapan nasabah ini didasarkan informasi yang disampaikan, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau, dan iklan sehingga pelayanan tersebut dikatakan berkualitas. Menurut Goethes & Davis (dalam Tjiptono, 2008:82) kualitas dapat dirumuskan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan

produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan dorongan pada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Pada dasarnya kualitas pelayanan bagi perusahaan jasa adalah menyangkut segala sesuatu yang mempengaruhi penilaian konsumen atas pelayanan yang diterima. Parasuraman *et, al.* (dalam Tjiptono 2002:273) mengatakan terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas layanan yang ditinjau dari sudut pandang nasabah, antara lain bukti fisik (*tangible*), yang merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan, daya tanggap (*responsivness*), yaitu kemampuan untuk cepat tanggap terhadap kesulitan nasabah, jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dari keraguan, dan empati (*empathy*) yaitu merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan yang baik dan memahami kebutuhan nasabah.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002:70). Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas, Jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat merasa puas atau bahagia.

PT. Permodalan Nasional Madani (persero) atau PNM tersebut sebagai BUMN yang mengemban tugas khusus memberdayakan usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK). Salah satu bagian dari rencana kerangka kerja PNM pada masa ini adalah ULaMM (unit layanan modal mikro). PNM Sebagai perusahaan jasa yang baru dalam bidang jasa pembiayaan, PT PNM (Permodalan Nasional Madani) dengan kerangka kerja ULaMM sebagai salah satu bidang pada pembiayaan usaha mikro dan kecil menengah (UMKM) telah mampu

menunjukkan eksistensinya dalam dunia pembiayaan, dalam 5 tahun terakhir total dana yang tersalurkan PNM sejak berdirinya hingga Desember 2013 mencapai Rp 16,96 triliun, dengan jumlah penerima manfaat sebanyak 1,46 juta pelaku UMKM. Saat ini PNM memiliki 705 jaringan layanan, yang terdiri 26 cabang, empat cabang pembantu, 97 kluster, dan 577 unit ULaMM yang menjangkau 2.799 kecamatan di seluruh Indonesia. Cabang PNM Salah satunya berada di Jember. PNM membuka cabang di Jember menyusul semakin meningkatnya potensi bisnis usaha mikro kecil (UMK) di Jember. Hasil Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Timur hingga akhir 2012 mencatat ada 424.151 usaha atau 6,2 % dari total UMKM Jawa Timur yang menjadi penyumbang terbesar pertama dalam bidang UMKM Jawa Timur. Pada tahun pertama 2012 PNM Jember total porto folio kredit Rp 74,8 miliar, kini dalam setahun naik signifikan Rp 140 miliar.

PNM ULaMM Unit Jember Kota sebagai salah satu perusahaan jasa yang mengalami persaingan ketat dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah yang dimiliki, senantiasa berusaha untuk mengembangkan diri terutama dalam memberikan pelayanan maksimal pada nasabah. Pelayanan terhadap nasabah diperlukan suatu perhatian secara mendalam pada segala aspek yang dapat menciptakan kepuasan bagi para nasabah. Kepuasan dapat tercipta dari citra yang baik di mata masyarakat, sehingga akan menjadi salah satu alasan bagi orang dalam memilih jasa pembiayaan terutama ULaMM. Berdasarkan uraian diatas studi penelitian ini tentang "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Jember Kota."

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan sangat erat kaitanya dengan kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi harapan nasabah yang harus diwujudkan oleh penyedia layanan jasa. Apabila harapan nasabah kurang atau lebih dari kualitas layanan yang ditawarkan, maka akan mempengaruhi jumlah nasabah ULaMM unit Jember kota. Berdasarkan

latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota?
- b. Bagaimana pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota?
- c. Bagaimana pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota?
- d. Bagaimana pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota?
- e. Bagaimana pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota?

1.3 Tujuan

- a. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota;
- b. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota;
- c. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota;
- d. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota;
- e. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi akademisi, dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya bidang kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

- b. Bagi perusahaan, Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengelolaan pelayanan dan mengatasi masalah yang berhubungan dengan peranan kualitas layanan dalam kepuasan nasabah.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengelolaan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pengertian Jasa

Menurut Tjiptono (2000:6) menyatakan bahwa jasa merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan menurut Kotler yang dikutip Lupiyoadi (2005:5) menjelaskan bahwa “jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.” Dan menurut Lupiyoadi (2008:6) menyatakan bahwa jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan layanan konsumen.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jasa mencakup semua aktifitas yang *output*-nya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk layanan yang *intangible* namun memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga menarik minat konsumen melalui peningkatan dan menciptakan kualitas pelayanan yang baik.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Kotler (2002:232) menjelaskan karakteristik jasa sebagai berikut :

- a. Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda bukti dari kualitas jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat.
- b. Jasa tidak dapat dipisahkan, umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam

persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjual, dan kemudian baru dikonsumsi. Jika jasa dilakukan oleh orang, maka penyediannya adalah bagian dari jasa. Karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi penyedia klien adalah ciri khusus dari jasa. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa.

- c. Jasa sangat bervariasi, karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta di mana jasa itu dilakukan. Pembeli jasa menyadari tingginya variabilitas ini dan sering memberikannya dengan orang lain sebelum memilih seseorang penyedia jasa. Perusahaan jasa dapat mengambil langkah ke arah kontrol kualitas: Pertama adalah investasi dalam seleksi dan pelatihan karyawan yang baik, Kedua menstandarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi, Ketiga adalah memonitor kepuasan nasabah lewat sistem saran dan keluhan, survey nasabah, dan belanja perbandingan, sehingga pelayanan yang kurang, dapat dideteksi dan diperbaiki.

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Tidak tahan lamanya jasa tidak menjadi masalah jika permintaan tetap karena mudah mengatur staf untuk melakukan jasa itu lebih dahulu. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Contohnya perusahaan perhotelan harus memiliki karyawan yang relatif banyak dan cekatan pada saat pengunjung ramai karena tamu hotel mengharapkan pelayanan yang hampir bersamaan. Tidak seperti halnya pada saat pengunjung tidak ramai.

Begitu juga disampaikan Tjiptono (2005:136), jasa memiliki empat karakteristik antara lain :

- a. Tidak berwujud (*intangible*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak tampak sebagai produk/barang yang kongkrit ada, sehingga pembeli tidak mencoba terlebih dahulu sebelum ada transaksi pembelian. Dengan sifat ini maka cara memasarkannya sedapat mungkin menanamkan rasa kepercayaan kepada konsumen dengan jalan:

- 1) visualisasi jasa
- 2) memberikan tekanan pada manfaat jasa yang ditawarkan

3) menciptakan merk untuk jasa yang dijual

b. Tidak dapat dipisah-pisahkan (*inseparability*)

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, tidak dapat dipindahkan karena itu penjualannya tidak mungkin dengan membawa pelayanan kemana-mana mendekati konsumen, namun konsumenlah yang harus mendekati ke penjual jasa. Oleh karena itu untuk menarik konsumen ada beberapa strategi yang dapat diterapkan:

- 1) memberikan pelayanan yang lebih cepat, profesional dan memuaskan
- 2) membina kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan

c. Berubah-ubah (*Variability*)

Bidang jasa sesungguhnya sangatlah mudah berubah, karena jasa ini tergantung pada siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana disajikan. Hasil produk jasa tidak mempunyai standard dan ukuran yang objektif. Karena itu perlu pengendalian kualitas yang dapat dilakukan dengan :

- 1) menyeleksi dan melatih karyawan dengan tepat
- 2) mengikuti perkembangan tingkat kepuasan melalui sistem saran dan peluang.

d. Tidak dapat disimpan (*perishability*)

Jasa jelas tidak dapat disimpan. Dalam hal ini tentu saja akan sulit bagi perusahaan untuk merencanakan penjualan secara tepat.

2.1.3 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas pelayanan desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas pelayanan kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Menurut Tjiptono (2006:51), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu:

- a. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.
- b. *Product-based approach*, 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.
- c. *User-based approach*, kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.
- d. *Manufacturing-based approach*, kualitas sebagai kesesuaian/ sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.
- e. *Value-based approach*, kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurut Tjiptono (2006:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut

pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi nasabah. Nasabahlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten.

2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2004:14) kualitas layanan meliputi lima dimensi yaitu:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi pelanggan yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada pelanggan.
- d. *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, dan pengetahuan serta sopan santun

karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan.

- e. *Empathy* (empati), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan.

2.1.5 Kepuasan Nasabah

Pengertian kepuasan nasabah menurut Rangkuti (2006:30) adalah kepuasan nasabah merupakan respon yang timbul terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Kepuasan konsumen atau nasabah adalah perasaan senang (puas) atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005:70). Kepuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, nasabah akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas.

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen, biasanya secara rutin melakukan penelitian tentang kepuasan. Menurut Kotler (2002:122), untuk mengukur kepuasan konsumen, beberapa metode yang dapat diterapkan, antara lain :

a. Sistem Keluhan dan Saran.

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Informasi yang didapat akan merupakan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Upaya mendapatkan saran (terutama saran yang berkualitas/ bagus) dari konsumen sulit diwujudkan. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik yang memadai.

b. Survey kepuasan konsumen.

Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan bertanya langsung kepada konsumen; pertanyaan menyangkut dua hal, misalnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan; responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu tentang masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran perusahaan dan saran untuk perbaikan; selain itu responden diminta untuk meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut.

c. Pembelanjaan gaib (*Ghost shopping*).

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Maksud metode ini adalah untuk menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing.

d. Analisis konsumen yang hilang (*Lost customer analysis*).

Metode ini perusahaan mendatangi konsumen yang telah menghentikan pembeliannya. Tujuannya untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya pemberhentian tersebut. Informasi ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan layanan konsumen.

2.1.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.1.6.1 Pengaruh Bukti Fisik (*tangible*) Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan bukti fisik dengan kepuasan nasabah ULaMM adalah bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah ULaMM. Semakin tinggi persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan ULaMM maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi nasabah terhadap bukti fisik rendah maka kepuasan nasabah ULaMM juga akan rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Juzan Tri Hartanto (2010) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Demikian juga dalam penelitian Desy Permatasari Nuraini (2011) disebutkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini dimunculkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₁ : bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ULaMM

2.1.6.2 Pengaruh Keandalan (*reliability*) Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan keandalan dengan kepuasan nasabah ULaMM adalah keandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ULaMM. Semakin persepsi nasabah terhadap keandalan yang diberikan ULaMM maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi nasabah terhadap keandalan buruk maka kepuasan nasabah ULaMM juga akan rendah. Penelitian yang dilakukan Desy Permatasari Nuraini (2011) disebutkan bahwa variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini dimunculkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₂ : keandalan (*reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ULaMM

2.1.6.3 Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah ULaMM adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ULaMM. Semakin persepsi nasabah terhadap daya tanggap yang diberikan ULaMM maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan nasabah ULaMM juga akan rendah. Penelitian yang dilakukan Zurni Zahara Samosir (2005) dan Desy Permatasari Nuraini (2011) disebutkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini dimunculkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₃ : daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ULaMM

2.1.6.4 Pengaruh Jaminan (*assurance*) Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan jaminan dengan kepuasan nasabah ULaMM adalah jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ULaMM. Semakin persepsi nasabah terhadap jaminan yang diberikan ULaMM maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi nasabah terhadap jaminan buruk maka kepuasan nasabah ULaMM juga akan rendah. Penelitian yang dilakukan Reny Anggraeni T (2012) disebutkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini dimunculkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ULaMM

2.1.6.5 Pengaruh Empati (*empathy*) Dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan empati dengan kepuasan nasabah ULaMM adalah empati mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ULaMM. Semakin persepsi nasabah terhadap empati yang diberikan ULaMM maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi

nasabah terhadap empati buruk maka kepuasan nasabah ULaMM juga akan rendah. Penelitian yang dilakukan Desy Permatasari Nuraini (2011) dan Reny Anggraeni T (2012) disebutkan bahwa variabel empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini dimunculkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₅ : Empati (*empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ULaMM

2.2 Kajian Empiris

Zurni Zahara Samosir (2005) telah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung sebagai variabel *independent* (bebas). Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa yang bertemu peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data. Metode analisis menggunakan regresi linear berganda dengan hasil penelitian kualitas layanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dan secara parsial dimensi kehandalan, daya tanggap, empati dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa perpustakaan USU.

Penelitian Juzan Tri Hartanto (2010) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (study Kasus pada PD. BPR Bank Jogja)”, menggunakan pendekatan SERVQUAL yang meliputi variabel-variabel bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui metode kuesioner. Populasi penelitian ini seluruh nasabah PD. BPR Bank Jogja tahun 2010. Hasil dari penelitian ini adalah variabel SERVQUAL (kualitas pelayanan) yaitu empati (*emphaty*), memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Desy Permatasari Nuraini (2011), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Rudy Hadisuwarno Jember” bertujuan mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research* dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi pendekatan konfirmatori, dengan hasil analisis menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, empati, daya tanggap dan jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Reny Anggraeni T (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Diskriminan Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Ketidakpuasan Pasien Pada Rumah Sakit Bina Sehat Jember”, bertujuan untuk menganalisis variabel kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian) yang dapat membedakan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen pada rumah sakit bina sehat jember. Hasil penelitian yang didapat menyatakan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian secara signifikan membedakan keputusan konsumen dalam kategori puas dan tidak puas.

Tabel 2.1. Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya

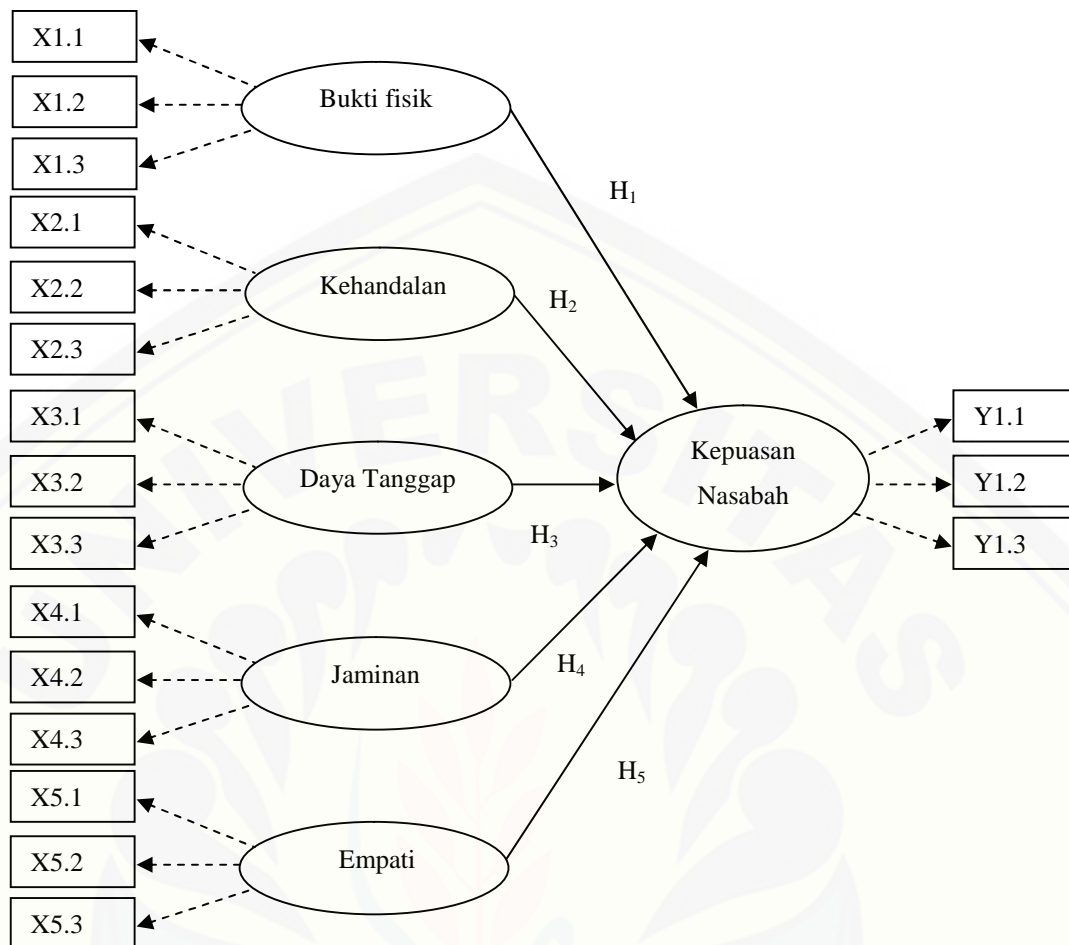
Nama Peneliti (Tahun)	Variabel-variabel Penelitian	Metode penelitian	Hasil (kesimpulan)
Zurni Zahara Samosir (2005)	Variabel bebas: kehandalan (X1) daya tanggap (X2) jaminan (X3) empati (X4) bukti langsung (X5) Variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen	Regresi Linear Berganda	1. Kualitas layanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. 2. Secara parsial dimensi kehandalan, daya tanggap, empati dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan jaminan tidak berpengaruh secara signifikan.

Juzan Tri Hartanto (2010)	Variabel bebas: Bukti langsung (X1) Kehandalan (X2) Daya tanggap (X3) Jaminan (X4) Empati (X5) Variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen	Regresi Berganda	Linear	<ol style="list-style-type: none"> Variabel empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Desy Permatasari Nuraini (2011)	Variabel bebas: Bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan Variabel terikat: Kepuasan konsumen	Regresi Berganda Pendekatan Konfirmatori	Linear	Kualitas jasa (bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan
Reny Anggraeni T (2012)	Variabel Bebas: Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan, Daya Tanggap, Dan Perhatian	Analisis Diskriminan		<ol style="list-style-type: none"> Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian secara signifikan membedakan keputusan konsumen dalam kategori puas dan tidak puas. Variabel bukti fisik paling signifikan dalam membedakan keputusan konsumen dalam kategori puas dan tidak puas.

Sumber : Data diolah dari berbagai refensi, 2014

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam kerangka koseptual ini menjelaskan secara teoritis bahwa kualitas layanan sebagai variabel independen terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik(X1), kehandalan(X2), daya tanggap(X3), jaminan(X4) dan empati(X5) mempengaruhi kepuasan nasabah(Y) sebagai variabel dependen. Menurut zeithaml *et al.*(dalam Umar, 2002:38), kualitas jasa atau layanan dapat ditunjukan oleh adanya lima dimensi pengukuran yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kuallitas erat hubungannya dengan kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen atau nasabah, Juzan Tri Hartanto (2010) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung/fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, sesuai uraian sebelumnya diatas, maka Hipotesis penelitian ini adalah :

- a. H₁ : Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
- b. H₂ : Kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
- c. H₃ : Daya Tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
- d. H₄ : Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
- e. H₅ : Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) unit jember kota PT Permodalan Nasional Madani (PNM) ini merupakan penelitian yang dapat diklasifikasikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (Tjiptono, 2004:56).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:80). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT PNM (Permodalan Nasional Madani) ULaMM Unit Jember Kota.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2008:81). Penelitian kali ini menggunakan *non probability sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:217). Teknik pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2008: 218). Kriteria yang diajukan adalah :

- a. Menjadi nasabah ULaMM unit Jember kota minimal selama 1 tahun

- b. Berusia 21 tahun, karena pada usia tersebut seseorang layak untuk melakukan perjanjian sesuai dengan syarat perjanjian.

Penelitian ini menggunakan model regresi *confirmatory* dengan paket program *Analysis Of Moment Structure* (AMOS). Maka besarnya ukuran sampel memiliki peran penting dalam interpretasi hasil CFA. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error* (Ghozali, 2005:64). Model estimasi *likelihood* (ML) minimum diperlukan sampel 100. Ferdinand (2002:51) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Mengacu pada Ferdinand, maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan 108 responden diperoleh dari jumlah seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian dihasilkan ($18 \text{ indikator} \times 6 = 108$).

3.3 Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

- b. Data Sekunder

Data merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber informasi yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Misalnya berupa laporan-laporan, dokumen, literatur dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada nasabah pengguna jasa. Sedangkan wawancara, yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui tanya jawab secara langsung dengan responden.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu :

- a. Variabel endogen adalah variabel terikat (*dependent*). Adalah variabel yang nilainya tidak bergantung pada variabel yang lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan (Y1) pada nasabah PT PNM (ULaMM Unit Jember Kota).
- b. Variabel eksogen adalah variabel bebas (*independent*). Adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:
 - 1) Bukti Fisik (X_1)
 - 2) kehandalan (X_2)
 - 3) Daya Tanggap (X_3)
 - 4) Jaminan (X_4)
 - 5) Empati (X_5)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan factor-faktor yang atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Bukti fisik adalah penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik secara personil pada ULaMM PT PNM. Indikator dalam dimensi bukti fisik antara lain:
 - 1) Kerapian penampilan semua karyawan ULaMM dalam melayani nasabah.
 - 2) Kondisi fisik bangunan gedung, kebersihan, dan kenyamanan kantor ULaMM.
 - 3) Tersedianya fasilitas penunjang (tempat parkir, tempat duduk antrian, toilet).
- b. Kehandalan adalah kemampuan para karyawan ULaMM PT PNM untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikator adalah dimensi keandalan antara lain:

- 1) Kecepatan dan ketepatan yang diberikan dalam penanganan administrasi .
 - 2) Menyediakan informasi yang dibutuhkan pada saat di minta oleh nasabah.
 - 3) Pelayanan kepada nasabah oleh para karyawan dilakukan dengan benar dan sungguh-sungguh dengan menjunjung tinggi profesionalisme dalam bekerja.
- c. Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, kesigapan layanan pelanggan, kecepatan dalam menangani pekerjaan, dan penanganan keluhan nasabah. Indikator dalam daya tanggap antara lain:
- 1) Kemampuan karyawan dalam penanganan keluhan nasabah.
 - 2) Kesigapan karyawan untuk cepat tanggap dalam melayani nasabah.
 - 3) Memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah.
- d. Jaminan adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman nasabah atas kualitas yang diberikan. Indikator dalam dimensi jaminan antara lain:
- 1) Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah mampu menanamkan kepercayaan terhadap nasabah.
 - 2) Karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang produk jasa ULaMM.
 - 3) Adanya jaminan/ ganti rugi dari pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan transaksi.
- e. Empati adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada nasabah untuk memahami keinginan nasabah. Indikator dalam dimensi empati antara lain:
- 1) Kemampuan komunikasi karyawan yang baik kepada nasabah.
 - 2) Kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
 - 3) Perhatian pihak manajemen secara personal atau individu kepada nasabah.
- f. Kepuasan konsumen atau nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Indikator pengukuran kepuasan sendiri terdapat 3 indikator yaitu:

- 1) Pelanggan atau nasabah merasa puas dengan layanan administrasi dan operasional ULaMM;
- 2) Pelanggan atau nasabah merasa puas dengan keseluruhan kinerja karyawan ULaMM;
- 3) Pelanggan atau nasabah merasa puas terhadap kualitas layanan ULaMM;

3.7 Teknik Pengukuran

Penghitungan *scoring* digunakan skala Likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sugiyono, 2005:87) :

- a. Untuk sangat tidak setuju diberi nilai = 1
- b. Untuk tidak setuju diberi nilai = 2
- c. Untuk netral diberi nilai = 3
- d. Untuk setuju diberi nilai = 4
- e. Untuk sangat setuju diberi nilai = 5

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat mengukur apa saja yang seharusnya diukur (sugiyono, 2008:109). Suatu tes atau alat instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukuran penelitian tersebut. Suatu alat ukur yang valid mampu mengungkapkan data dengan dengan tepat dan memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Cermat artinya pengukuran itu mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil - kecilnya di antara subyek yang satu dengan yang lainnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*) pada masing-masing variabel laten. Indikator-indikator dari suatu variabel

dikatakan valid jika mempunyai *loading factor* signifikan pada ($\lambda = 5 \%$). Instrumen penelitian disebut *valid unidimensional* jika mempunyai nilai *goodness of fit index* (GFI) $> 0,90$.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Selain harus valid, instrumen juga harus *reliable* (sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Instrumen dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-hasil yang konsisten. Menurut Ghozali (2005:233), reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Dengan demikian instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dan kondisi yang berbeda. Jadi reabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Reliabilitas konstruk dinilai dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dalam model yang dianalisis. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengidentifikasi sebuah konstruk atau faktor laten yang umum, atau dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu menjelaskan sebuah fenomena yang umum. Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas konstruk ini adalah menurut (Ghozali, 2005:134) :

$$\text{Construct - reliability} = \frac{(\sum \text{Standart Loading})^2}{(\sum \text{Standart Loading})^2 + \sum E_j}$$

Dimana :

Standart Loading diperoleh langsung dari *standart loading* untuk tiap indikator (dari perhitungan AMOS). E_j adalah *measurement error* dari tiap-tiap indikator. *Measurement error* sama dengan 1- reliabilitas indikator, yakni pangkat dua dari

standardized loading setiap indikator yang dianalisis. (Ghozali, 2005 : 134) menyatakan nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang diterima adalah 0.70, bila penelitian yang dilakukan adalah eksploratori maka nilai 0.60 - 0.70 pun masih dapat diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel laten, maka dilakukan uji asumsi klasik untuk melihat apakah prasyarat yang diperlukan dalam permodelan regresi linier berganda dapat terpenuhi adalah asumsi *multivariate* normal, tidak adanya multikolinearitas atau singularitas dan outlier.

a. Uji Normalitas

Normalitas yaitu sebaran data yang akan dianalisis, untuk melihat apakah asumsi normalitas dapat dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk permodelan regresi linier berganda ini. Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data *univariate* maupun normalitas *multivariate* dimana beberapa variabel yang digunakan sekaligus dalam analisis terakhir. Untuk menguji dilanggar atau tidaknya, maka dapat dilakukan dengan nilai statistik Z untuk *skewness* dan kurtosisnya dan secara empiris dapat dilihat dengan *critical ratio (CR) skewness value*. Jika dipergunakan tingkat signifikan 5% (0,05), maka nilai CR yang berbeda antara -1,96 sampai dengan 1,96 (-1,96 < CR < 1,96) dikatakan data distribusi normal, baik secara *univariate* maupun secara *multivariate* (Ghozali, 2005 : 128).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas dapat dilihat melalui determinan matriks *konvarians*. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol, maka menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinearitas atau singularitas, sehingga data itu tidak dapat digunakan untuk penelitian (Ghozali, 2008:231).

c. Uji Outliers

Outliers adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya yang muncul dan dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi (Ghozali, 2008 : 227). Apabila terjadi *outliers* dapat dilakukan perlakuan khusus *outliers*-nya asal bagaimana munculnya outliers tersebut. Deteksi terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *chi square* pada derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0,05$. Kasus yang mempunyai nilai *mahalanobis distance* lebih besar dari nilai *chi square* yang disarankan, maka kasus tersebut adalah *multivariate outliers square* yang disarankan, maka kasus tersebut adalah *multivariate outliers* (Ghozali, 2005 : 130).

3.9.2 Confirmatory Technique

Analisis data dilakukan dengan melalui :

- a. Mengelompokan data sejenis dalam suatu tabel (tabulasi).
- b. Menganalisis data dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis yang akan digunakan adalah *confirmatory technique* dengan menggunakan program AMOS.

Sebagai salah satu teknik analisis *multivariate confirmatory* memungkinkan dilakukannya analisis terhadap serangkaian hubungan secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara sistematis. *Confirmatory* memiliki karakteristik utama yang membedakan teknik *multivariate* yang lain.

Karakteristik utama dari *confirmatory technique* pada berikut ini:

- a. Estimasi hubungan ketergantungan pada (*multivariate dependence relationship*).
- b. Memungkinkan untuk mewakili konsep yang sebelumnya tidak teramati dalam hubungan yang ada serta memperhitungkan kesalahan pengukuran dalam proses estimasi.

c. Setelah uji asumsi *confirmatory technique*, maka dilanjutkan uji kelayakan model. Untuk menguji kelayakan model yang dikembangkan dalam model persamaan struktural, maka akan digunakan beberapa indeks kelayakan model. Paket *software statistic* AMOS 5.0 juga digunakan untuk mengidentifikasi model yang diajukan memenuhi kriteria model persamaan struktural yang baik. Adapun kriteria tersebut adalah :

- 1) X^2 (*Chi Square Statistic*), nilai chi square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi dan hal itu menunjukkan bahwa input matriks kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan.
- 2) *Significance Probability* yang dapat diterima atau mengidentifikasi kesesuaian model baik adalah *probability* sama dengan atau lebih besar 0,05.
- 3) *Root Mean Square of Approximation* (RMSEA) mengukur penyimpangan nilai parameter pada suatu model dengan matriks *konvarians* populasinya. RMSEA merupakan ukuran yang mencoba model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima.
- 4) *Goodness of Fit Indeks* (GFI) digunakan untuk menghitung proporsi tertimbang dari *varians* dalam matriks *kovarians* populasi yang terestimasi. Indeks ini mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat model yang di prediksi dan dibandingkan dengan data yang sebenarnya. Nilai GFI berkisar dari nol (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai GFI yang mendekati 1,0 mengidentifikasi model yang memiliki kesesuaian yang baik. Nilai GFI yang dikatakan baik adalah lebih besar atau sama dengan 0,90.
- 5) *Adjusted Goodness of Fit Indeks* (AGFI) menyatakan bahwa AGFI adalah analog R² (R Square) dalam regresi berganda. Fit indeks ini disesuaikan terhadap *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji di terima atau tidaknya model. Tingkat penerimaan model yang direkomendasikan bila mempunyai nilai sama atau lebih besar 0,90.

- 6) *Normed Chi square* (CMIN/DF) adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima kesesuaian sebuah model adalah nilai CMIN/DF yang lebih kecil atau sama dengan 2,0 atau 3,0.
- 7) *Tucker Lewis Indeks* (TLI) adalah sebuah struktur *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang di uji terhadap sebuah *baseline model*. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah lebih besar atau sama dengan 0,90 dan nilai yang mendekati 1,0 menunjukkan model fit yang sangat baik.
- 8) *Comperative fit Index* (CFI) juga dikenal sebagai *Rentier Comperative Index*. CFI merupakan indeks kesesuaian incremental yang juga membandingkan model yang di uji dengan *null model*. Indeks yang mengindikasikan bahwa model yang di uji memiliki kesesuaian yang baik adalah apabila CFI lebih besar atau sama dengan 0,90.

Model teoritis di bangun melalui telaah pustaka, yang kemudian akan di uraikan lagi sebagai model yang akan di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan model berbasis metode konfirmatori:

a. Pengembangan model berbasis teori

Langkah pertama yang dilakukan model persamaan struktural adalah mengembangkan model yang memiliki justifikasi model yang kuat. Dalam studi ini, hal tersebut telah tertuang dalam kerangka konseptual. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan *confirmatory technique*, akan tetapi perlu diketahui bahwa *confirmatory technique* tidak digunakan untuk membentuk hubungan kualitas baru, tetapi digunakan untuk menguji pengembangan kualitas yang memiliki justifikasi teori.

b. Pengembangan diagram jalur (*path diagram*)

Pada langkah ini, model akan disajikan dalam sebuah *path diagram* untuk nantinya dapat diestimasi. Dalam diagram path dapat dibedakan 2 kelompok konstruk yaitu

- 1) Konstruk eksogen dalam penelitian ini adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati;

- 2) Konstruksi endogen adalah kepuasan nasabah
- c. Konversi diagram alir ke persamaan Persamaan struktural dibangun dengan pedoman sebagai berikut:

Variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error

Persamaan yang dihasilkan dalam study ini adalah persamaan (*structural model*), karena tujuan studi ini adalah ingin mengetahui hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \lambda_1 X_1 + \lambda_2 X_2 + \lambda_3 X_3 + \lambda_4 X_4 + \lambda_5 X_5 + e$$

Dimana:

Y	: Kepuasan nasabah
X ₁	: Bukti fisik
X ₂	: Kehandalan
X ₃	: Daya tanggap
X ₄	: Jaminan
X ₅	: Empati
λ	: <i>Standar Loading</i>
e	: <i>Error</i>

- d. Memilih matriks input dan estimasi model

Matriks input yang digunakan dalam penelitian ini kovarians. Teknik estimasi yang digunakan adalah *maximum likelihood estimation*, dengan 2 tahap:

- 1) Teknik *confirmatory factor analysis*

Terdapat dua uji dasar yaitu uji kesesuaian model (*goodness of fit test*), dan uji signifikan bobot faktor.

- a) Uji kesesuaian model (*goodness of fit test*)

Confirmatory factor analysis digunakan untuk menguji unidimensionalitas dan dimensi-dimensi yang menjelaskan faktor laten.

Pengujian dilakukan dengan pendekatan nilai *goodness of fit*, dapat dilihat dalam Tabel Uji Kesesuaian Model

Tabel 3.1. Uji Kesesuaian Model

No.	Goodness of Fit Indeks	Cut of Value
1.	X^2 -chi-square	Lebih kecil dari X^2 tabel
2.	Significance Probability	0,05
3.	RMSEA	0,08
4.	GFI	0,90
5.	AGFI	0,90
6.	CMNI	2,00
7.	TLI	0,95
.8.	CFI	0,95

Sumber : Ferdinand, (2002 : 165)

b) Uji signifikan bobot faktor

(1) Nilai tanda atau *factor loading*

(2) Bobot faktor atau *regression weight*

2) Teknik *full structural equation model* pengujian *structural equation model* juga dilakukan dengan dua macam pengujian yaitu :

a) Uji kesesuaian model *goodness of fit test*

b) Uji kualitas *regression weight*

e. Menilai kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Masalah identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala sebagai berikut:

- 1) *Standart error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan.
- 3) Muncul angka-angka aneh, seperti *variant error* yang negatif.
- 4) Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang di peroleh.

f. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pada langkah ini kesesuaian model di evaluasi, melalui telaah terhadap beberapa kriteria *goodness of fit*. Untuk itu tindakan pertama yang harus dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan oleh memenuhi asumsi *confirmatory technique*.

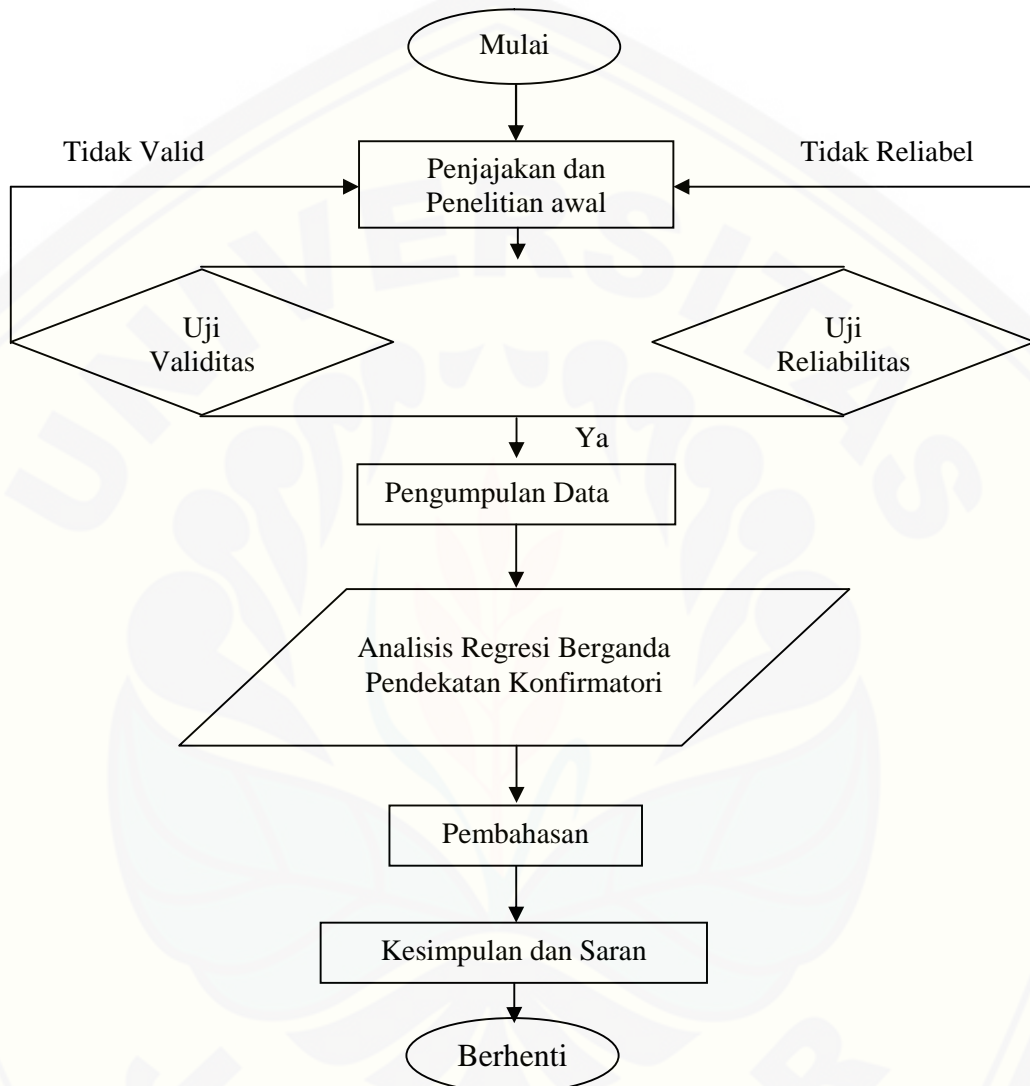
g. Interpretasi dan identifikasi model

Langkah yang terakhir adalah menginterpretasikan model dan modifikasi model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dan kovarians residual harus bersifat simetrik.



3.10 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mengetahui proses penyelesaian masalah, maka dapat digambarkan kerangka pemecahan masalah dalam Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

- a. Mulai yaitu tahap persiapan atau tahap awal sebelum melakukan penelitian.
- b. Penelitian awal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji validitas (kestabilan) dan reliabilitas (keandalan) instrument yang akan dipakai dalam penelitian.
- c. Uji validitas yaitu untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin di ukur, sedangkan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukur tersebut diulang.
- d. Tahapan pengumpulan data, tahap ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden berupa pertanyaan tertulis.
- e. Melakukan analisis data dengan regresi linear berganda dengan pendekatan konfirmatori.
- f. Pembahasan.
- g. Kesimpulan, yaitu menarik sebuah kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan alat analisis tersebut. Saran adalah pemberian saran sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan.
- h. Berhenti yaitu akhir dari seluruh penelitian.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum PNM Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM)

Perjalanan sejarah perkembangan ekonomi di Indonesia, termasuk terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1997, telah membangkitkan kesadaran akan kekuatan sektor usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dan prospek potensinya di masa depan.

Nilai strategis tersebut kemudian diwujudkan pemerintah dengan mendirikan PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) pada 1 Juni 1999, sebagai BUMN yang mengemban tugas khusus memberdayakan usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK). Tugas pemberdayaan tersebut dilakukan melalui penyelenggaraan jasa pembiayaan dan jasa manajemen, sebagai bagian dari penerapan strategi pemerintah untuk memajukan UMKMK, khususnya merupakan kontribusi terhadap sektor riil, guna menunjang pertumbuhan pengusaha-pengusaha baru yang mempunyai prospek usaha dan mampu menciptakan lapangan kerja.

PT. Permodalan Nasional Madani (Persero), atau “PNM”, didirikan sebagai pelaksanaan dari Tap XVI MPR/1998 dan berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.38/1999 tanggal 29 Mei 1999, dengan modal dasar Rp1,2 triliun dan modal disetor Rp.300 miliar. Beberapa bulan kemudian, melalui Kep Menkeu No. 487 KMK 017 tanggal 15 oktober 1999, sebagai pelaksanaan dari undang-undang No.23 tahun 1999, PNM ditunjuk menjadi salah satu BUMN Koordinator untuk menyalurkan dan mengelola 12 skim Kredit program.

Setelah sebelas tahun beroperasi, seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat dan dunia usaha kepada perusahaan, Hingga kini, perusahaan tetap fokus menyalurkan pembiayaan UMKMK kepada masyarakat yang hasilnya dinikmati oleh lebih dari satu juta kepala keluarga dan 1.500 lembaga keuangan mikro di seluruh penjuru tanah air. Pada bulan Agustus 2008, PNM telah meluncurkan program pembiayaan langsung yang disebut ULaMM, atau “Unit Layanan Modal Mikro”. ULaMM merupakan layanan pinjaman modal

untuk usaha mikro dan kecil yang disertai bimbingan untuk mengembangkan usahanya. ULaMM merupakan model atau terobosan baru bagi PNM karena penyaluran pembiayaannya dilakukan secara langsung baik kepada perorangan atau pinjaman untuk Badan Usaha (PT, CV, Firma, dll).

4.1.2 Visi dan Misi

Visi

Menjadi lembaga pembiayaan terkemuka dalam meningkatkan nilai tambah secara berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK) yang berlandaskan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).

Misi

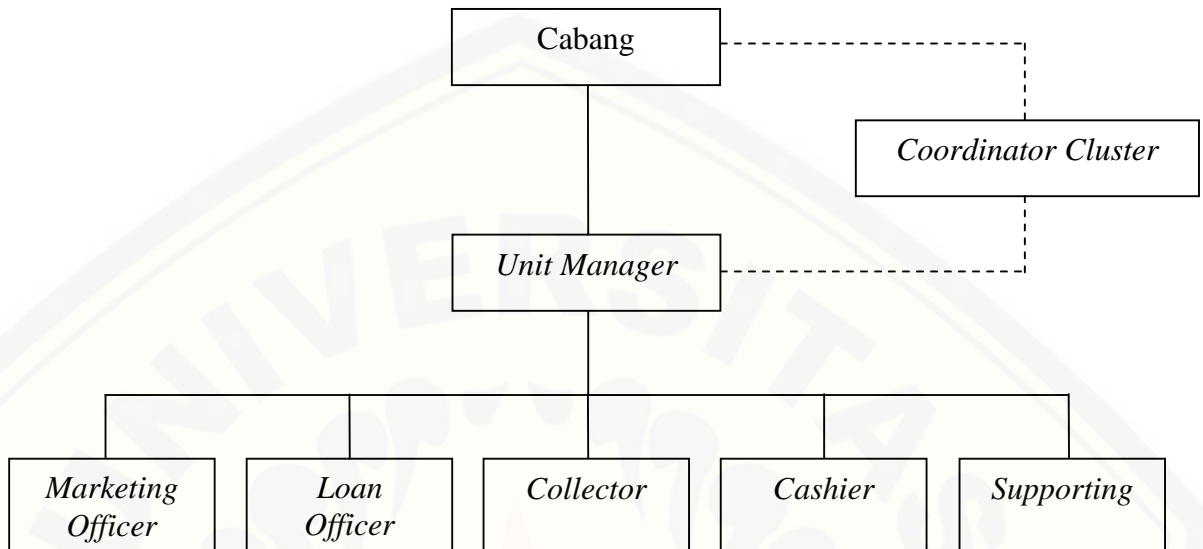
Dalam upaya mewujudkan visi tersebut, perusahaan mengemban misi sebagai berikut:

- a. Menjalankan berbagai upaya, yang terkait dengan operasional perusahaan, untuk meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha para pelaku bisnis UMKMK.
- b. Membantu pelaku UMKMK untuk mendapatkan dan kemudian meningkatkan akses pembiayaan UMKMK kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank yang pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi mereka dalam perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- c. Meningkatkan kreatifitas dan produktifitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan sektor UMKMK.

4.1.3 Struktur Organisasi ULaMM Unit Jember Kota

Organisasi unit jember kota secara teknis terdiri dari unit manager yang membawahi *marketing officer, loan officer, collector, cashier, dan supporting*. *Unit manager* berada dibawah garis perintah langsung dari kantor cabang; antara kantor cabang dan unit manager terdapat *coordinator cluster* yang mempunyai garis koordinasi antara cabang dan unit manager.

Untuk mempermudah pemahaman struktur organisasi ULaMM kantor unit dibuat skema seperti di bawah ini;



Gambar : 4.1 Struktur Organisasi ULaMM Unit Jember Kota

Sumber : PNM ULaMM Unit Jember Kota

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

a. Unit Manager

- 1) Memimpin dan mengelola unit pembiayaan mikro
- 2) Melakukan review dan memutuskan pembiayaan
- 3) Mengembangkan dan mengelola portfolio pembiayaan yang sehat

b. Marketing Officer

- 1) Mencari nasabah baru
- 2) Menjaga hubungan baik dengan nasabah
- 3) Mengembangkan dan mengelola portfolio pembiayaan yang sehat

c. Cashier

- 1) Mengelola pencairan pembiayaan secara akurat dan tepat waktu
- 2) Melakukan transaksi penerimaan setoran

d. Loan Officer

- 1) Melakukan proses verifikasi ke lapangan dan mereview aplikasi pembiayaan

- 2) Memberikan rekomendasi pembiayaan kepada unit manager
- 3) Menjaga proses pembiayaan agar kualitas pembiayaan tetap sehat

e. Collector

- 1) Melakukan penagihan rutin ke nasabah
- 2) Menjaga hubungan baik dengan nasabah

f. Supporting

Melakukan administrasi pembiayaan dan kegiatan rutin operasional

4.1.4 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) yang berjumlah 108 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan usaha.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia responden terbagi dalam 4 kelompok dari 108 responden, yaitu 27 – 37 tahun, 38 – 47 tahun, 49 – 57 tahun dan diatas 57 tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1. Berikut data responden berdasarkan usia ;

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
27 – 37 tahun	35	32,41%
38 – 47 tahun	56	51,85%
49 – 57 tahun	14	12,96%
Diatas 57 tahun	3	2,78%
Jumlah	108	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas yang menjadi nasabah ULaMM adalah responden yang berusia diantara 38 – 47 tahun, sedangkan minoritas responden yang menjadi

nasabah ULaMM adalah responden yang berusia diantara 27 – 37 tahun, 49 – 57 tahun, dan diatas 57 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden terbagi dalam 2 kelompok dari 108 responden, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin ;

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
Perempuan	21	19,44%
Laki-laki	87	80,56%
Jumlah	108	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas yang menjadi nasabah ULaMM adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki, dan minoritas responden yang menjadi nasabah ULaMM adalah responden yang berjenis kelamin perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan responden terbagi dalam 3 kelompok dari 108 responden, yaitu Wirausaha, Karyawan dan Pegawai Negeri Sipil. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan bidang usaha dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.3. Berikut data responden berdasarkan pekerjaannya ;

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
Wirausaha	83	76,85%
Karyawan	4	3,71%
Pegawai Negeri Sipil	21	19,44%
Jumlah	108	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas responden yang menjadi nasabah ULaMM adalah responden berusaha atau berprofesi sebagai Wirausaha, sedangkan minoritas responden yang berusaha atau berprofesi sebagai Karyawan dan Pegawai Negeri Sipil.

4.1.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Karakteristik di dalam variabel penelitian dapat diketahui berdasarkan distribusi jawaban responden penelitian yang berguna untuk mendukung hasil analisis data. Adapun distribusi jawaban responden, sebagai berikut ;

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik (X_1)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{1.1}$	-	-	-	-	39	36,1	63	58,3	6	5,6	108
$X_{1.2}$	-	-	-	-	-	-	48	44,4	60	55,6	108
$X_{1.3}$	-	-	-	-	34	31,5	71	65,7	3	2,8	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.4, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa:

- Pada pertanyaan indikator $X_{1.1}$, kerapian penampilan, 108 responden diketahui bahwa 36,1% menjawab netral, 58,3% menjawab setuju, dan 5,6% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kerapian penampilan;
- Pada pertanyaan indikator $X_{1.2}$, k kondisi fisik bangunan gedung, 108 responden diketahui bahwa 44,4% menjawab setuju, dan 55,6% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kondisi fisik bangunan gedung;
- Pada pertanyaan indikator $X_{1.3}$, fasilitas penunjang, 108 responden diketahui bahwa 31,5% menjawab netral, 65,7% menjawab setuju, dan 2,8%

menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator fasilitas penunjang;

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kehandalan (X_2)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{2,1}$	-	-	-	-	-	-	51	47,2	57	52,8	108
$X_{2,2}$	-	-	-	-	-	-	71	65,7	37	34,3	108
$X_{2,3}$	-	-	-	-	-	-	45	41,7	63	58,3	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.5, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada pertanyaan indikator $X_{2,1}$, kecepatan dan ketepatan, 108 responden diketahui bahwa 47,2% menjawab setuju, dan 52,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kecepatan dan ketepatan;
- b. Pada pertanyaan indikator $X_{2,2}$, penyediaan informasi, 108 responden diketahui bahwa 65,7% menjawab setuju, dan 34,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator penyediaan informasi;
- c. Pada pertanyaan indikator $X_{2,3}$, pelayanan yang benar dan sungguh-sungguh, 108 responden diketahui bahwa 41,7% menjawab setuju, dan 58,3% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator pelayanan yang benar dan sungguh-sungguh.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Daya Tanggap (X_3)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{3.1}$	-	-	-	-	-	-	43	39,8	65	60,2	108
$X_{3.2}$	-	-	-	-	-	-	63	58,3	45	41,7	108
$X_{3.3}$	-	-	-	-	-	-	59	54,6	49	45,4	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.6, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- Pada pertanyaan indikator $X_{3.1}$, kemampuan karyawan, 108 responden diketahui bahwa 39,8% menjawab setuju, dan 60,2% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kemampuan karyawan;
- Pada pertanyaan indikator $X_{3.2}$, kesiapan karyawan, 108 responden diketahui bahwa 58,3% menjawab setuju, dan 41,7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kesiapan karyawan;
- Pada pertanyaan indikator $X_{3.3}$, pelayanan yang dibutuhkan, 108 responden diketahui bahwa 54,6% menjawab setuju, dan 45,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator pelayanan yang dibutuhkan.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jaminan (X_4)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{4.1}$	-	-	-	-	-	-	36	33,3	72	66,7	108
$X_{4.2}$	-	-	-	-	-	-	78	72,2	30	27,8	108
$X_{4.3}$	-	-	-	-	2	1,9	45	41,7	61	56,5	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.7, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada pertanyaan indikator $X_{4.1}$, kesopanan karyawan, 108 responden diketahui bahwa 33,3% menjawab setuju, dan 66,7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kesopanan karyawan;
- b. Pada pertanyaan indikator $X_{4.2}$, karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan, 108 responden diketahui bahwa 72,2% menjawab setuju, dan 27,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan;
- d. Pada pertanyaan indikator $X_{4.3}$, jaminan/ ganti rugi, 108 responden diketahui bahwa 1,9% menjawab netral, 41,7% menjawab setuju, dan 56,5% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator jaminan/ ganti rugi.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Empati (X_4)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{5.1}$	-	-	-	-	-	-	54	50	54	50	108
$X_{5.2}$	-	-	-	-	-	-	74	68,5	34	31,5	108
$X_{5.3}$	-	-	-	-	-	-	43	39,8	65	60,2	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.8, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- c. Pada pertanyaan indikator $X_{5.1}$, kemampuan komunikasi karyawan, 108 responden diketahui bahwa 50% menjawab setuju, dan 50% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kemampuan komunikasi karyawan;

- d. Pada pertanyaan indikator $X_{5,2}$, kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan, 108 responden diketahui bahwa 68,5% menjawab setuju, dan 31,5% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan;
- d. Pada pertanyaan indikator $X_{5,3}$, perhatian pihak manajemen secara personal atau individu, 108 responden diketahui bahwa 39,8% menjawab setuju, dan 60,2% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator perhatian pihak manajemen secara personal atau individu.

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah (Y)

Item	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y_1	-	-	-	-	-	-	44	40,7	64	59,3	108
Y_2	-	-	-	-	-	-	77	71,3	31	28,7	108
Y_3	-	-	-	-	-	-	38	35,2	70	64,8	108

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.9, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 3 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada pertanyaan indikator Y_1 , kepuasan dengan layanan administrasi dan operasional, 108 responden diketahui bahwa 40,7% menjawab setuju, dan 59,3% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kepuasan dengan layanan administrasi dan operasional;
- b. Pada pertanyaan indikator Y_2 , kepuasan dengan keseluruhan kinerja karyawan, 108 responden diketahui bahwa 71,3% menjawab setuju, dan 28,7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas

responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kepuasan dengan keseluruhan kinerja karyawan;

- c. Pada pertanyaan indikator Y_3 , kepuasan terhadap kualitas layanan, 108 responden diketahui bahwa 35,2% menjawab setuju, dan 64,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kepuasan terhadap kualitas layanan.

4.1.6 Uji Instrumen

Konstruk pada teknik *confirmatory factor analysis* disebut dengan laten variabel (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dan indikator adalah *observed variable* (variabel yang diamati sebagai oprasionalisasi pengukuran atas variabel laten). Setelah susunan konstruk dan indikatornya dinyatakan dalam persamaan, kemudian dengan menggunakan prosedur *confirmatory factor analysis* dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas dilakukan untuk melihat butir-butir pertanyaan mana yang layak (*representative*) untuk dipergunakan mewakili variabel-variabel bebas yang digunakan dalam studi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*) pada masing-masing variabel dengan menggunakan program AMOS versi 5. Indikator-indikator dari suatu variabel dikatakan valid jika mempunyai *loading factor* signifikan pada ($\alpha = 5\%$). Instrument tersebut undimensional jika mempunyai nilai *goodness of fit indeks* (GFI) $> 0,90$.

Selain harus valid, instrument juga harus reliable (dapat diandalkan). Instrument dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-hasil yang konsisten. Dengan demikian instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dan kondisi yang berbeda. Jadi reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Reliabilitas dalam studi ini dihitung menggunakan *composite (construct reliability)* dengan *cut of value* minimal sebesar 0,6

(Ghozali, 2005:134). Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas konstruk ini adalah sebagai berikut :

$$\text{construct - reliability} = \frac{(\sum \text{std Loading})^2}{(\sum \text{std Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Hasil pengujian analisis faktor konfirmatori konstruk, disajikan dalam Tabel 4.10 ;

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Indikator	Uji Validitas					GFI	Construk Reliability
	Loading faktor	CR	P	Ket			
X ₁₁	0,772	4,408	***	Valid	0,924 Valid Undimensional	0,712	
X ₁₂	0,623	4,150	***	Valid			
X ₁₃	0,616	*	*	Valid			
X ₂₁	0,865	5,783	***	Valid		0,883	
X ₂₂	0,852	5,708	***	Valid			
X ₂₃	0,821	*	*	Valid			
X ₃₁	0,779	4,779	***	Valid		0,870	
X ₃₂	0,836	5,020	***	Valid			
X ₃₃	0,879	*	*	Valid			
X ₄₁	0,798	5,831	***	Valid		0,830	
X ₄₂	0,840	4,816	***	Valid			
X ₄₃	0,723	*	*	Valid			
X ₅₁	0,787	*	*	Valid	0,841		
X ₅₂	0,775	5,747	***	Valid			
X ₅₃	0,836	5,604	***	Valid			
Y ₁	0,847	*	*	Valid	0,876		
Y ₂	0,863	6,433	***	Valid			
Y ₃	0,804	6,661	***	Valid			

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas seperti disajikan dalam Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai t (ditunjukkan oleh nilai C.R) untuk loading signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96), demikian juga nilai probabilitasnya lebih kecil dari (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel secara signifikan berhubungan dengan konstruk (semua indikator valid). *Construct reliability* sebesar 0,712, 0,883, 0,870, 0,830, 0,841 dan 0,876, berada diatas nilai yang direkomendasikan yakni minimal sebesar 0,60-0,70 dengan demikian semua indikator atau variabel adalah reliabel.

4.1.7 Uji Asumsi *Confirmatory Factor Analysis*

Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada masing-masing variabel laten, maka dilakukan uji asumsi untuk melihat apakah persyaratan yang diperlukan dalam permodelan dapat dipenuhi. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah asumsi *multivariate* normal, tidak adanya multikolinieritas atau singularitas dan *outlier*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data *univariate* maupun normalitas *multivariate* dimana beberapa variabel yang digunakan sekaligus dalam analisis akhir. Untuk menguji dilanggar atau tidaknya asumsi normalitas, maka dapat dilakukan dengan menggunakan nilai statistik z untuk skewnes dan kurtosisnya dan secara empirik dapat dilihat pada *critical ratio* (CR). Jika digunakan tingkat signifikan 5%, maka nilai CR yang berada diantara -1,96 sampai dengan 1,96 (-1,96 CR 1,96) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun *multivariate* (Ghozali, 2005:128). Hasil pengujian normalitas atau *assessment of normality* (CR) (lampiran 4) memberikan nilai CR sebesar 1,655 terletak diantara -1,96 (-1,96 CR 1,96 ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa data bersifat *multivariate* normal. Selain itu juga data bersifat univariat normal juga ditunjukkan oleh semua nilai *critical ratio* semua indikator diantara -1,96 (-1,96 CR 1,96 ($\alpha = 0,05$)).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dilihat melalui *determinan matriks kovarians*. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol, menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinieritas atau singularitas, sehingga data itu tidak dapat digunakan untuk penelitian (Fidel, dalam Ghozali, 2005:131). Hasil pengujian (Lampiran 4) memberikan nilai *determinant of sample covariance matrix* sebesar 53,217. Nilai ini jauh dari angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis, sehingga data dapat dilanjutkan sebagai data dalam penelitian ini.

c. Uji Outliers

Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun secara *multivariate* yaitu muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Apabila terjadi *outliers* dapat dilakukan perlakuan khusus pada *outliernya* asal diketahui bagaimana munculnya *outlier*. Deteksi terhadap *multivariate outlier* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*, kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi Square* pada derajat kebebasan 24 (*degree of freedom*) (sebesar jumlah variabel dan indikator) pada tingkat signifikan $p < 0,05$ (Ghozali, 2005:130). Hasil uji *outliers* pada penelitian dapat dilihat pada *mahalanobis distance* atau *mahalanobis d-squared* (lampiran 4). Untuk menghitung nilai *mahalanobis distance* berdasarkan nilai *Chi Square* pada derajat bebas (jumlah variabel indikator dan variabel) pada tingkat signifikansi 0,05 adalah sebesar 36,41503 (berdasarkan Tabel distribusi X^2 df 24). Hasil uji outlier (Lampiran 4) menunjukkan tidak ada satupun kasus yang memiliki nilai *Mahalanobis distance* lebih besar dari 36,41503, maka dapat disimpulkan tidak ada *multivariate outlier* dalam penelitian.

4.1.8 Analisis *Confirmatory Factor Analysis*

Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada semua variabel dan indikator serta dilakukannya uji asumsi pada data dan terdapat data multivariat normal, tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi *outliers*, maka variabel tersebut dapat dilanjutkan dengan uji kausalitas model dan uji signifikansi sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah, serta didapatkan asumsi *multivariate* normal, tidak adanya multikolinieritas atau singularitas dan *outlier*, maka dapat dilanjutkan dengan uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas.

a. Uji Kesesuaian Model (*Goodness-Of-Fit Test*)

Pengujian model pada regresi konfirmatori bertujuan untuk melihat kesesuaian model, hasil pengujian kesesuaian model dalam studi ini disajikan berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa dari delapan kriteria yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu model terpenuhi, dan semua kriteria terpenuhi. Dengan demikian dapat dikatakan model dapat diterima yang berarti ada kesesuaian model dengan data. Hasil uji model ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Indeks Kesesuaian Model

Kriteria	Nilai <i>Cutt Off</i>	Hasil Perhitungan	Keterangan
<i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil (< X^2 dengan df 74 adalah sebesar 95,08147)	73,287	Baik
Sig.	> 0,05	0,285	Baik
RMSEA	0,08	0,072	Baik
GFI	0,90	0,924	Baik
AGFI	0,90	0,849	Marginal
CMIN/ DF	2 atau 3	1,911	Baik
TLI	0,90	0,914	Baik
CFI	0,90	0,954	Baik

Sumber : Lampiran 5 dan 6

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui bahwa dari delapan kriteria yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu model, hanya ada satu kriteria yang dinyatakan marginal, tetapi secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa kesesuaian model baik dan dapat diterima yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data.

b. Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian model penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas hipotesis yang dikembangkan dalam model penelitian tersebut. Dari model yang sesuai, maka dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien jalur. Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Kausalitas

Variabel	Koefisien Jalur	CR	Probabilitas	Keterangan
X ₁ → Y	0,235	1,783	0,067	Tidak Signifikan
X ₂ → Y	0,520	2,705	0,008	Signifikan
X ₃ → Y	0,548	2,879	0,004	Signifikan
X ₄ → Y	0,283	2,430	0,015	Signifikan
X ₅ → Y	0,326	2,576	0,011	Signifikan

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan hasil pengujian, maka persamaan koefisien jalur yang dapat dibentuk, yaitu ;

$$Y = a + 0,235X_1 + 0,520X_2 + 0,548X_3 + 0,283X_4 + 0,326X_5 + e$$

1) Hipotesis 1 : Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,235 dengan CR sebesar 1,783 dan diperoleh signifikansi (p) $0,067 < 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang mengartikan bahwa bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa pinjaman ULaMM. Hasil ini menolak hipotesis pertama pada penelitian yang berarti ada pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM.

2) Hipotesis 2 : Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,520 dengan CR sebesar 2,705 dan diperoleh signifikansi (p) $0,008 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mengartikan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa pinjaman ULaMM. Hasil ini menerima hipotesis kedua pada penelitian yang berarti

ada pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM.

3) Hipotesis 3 : Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,548 dengan CR sebesar 2,879 dan diperoleh signifikansi (p) $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mengartikan bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah jasa pinjaman ULaMM. Hasil ini menerima hipotesis ketiga pada penelitian yang berarti ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM.

4) Hipotesis 4 : Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,283 dengan CR sebesar 2,430 dan diperoleh signifikansi (p) $0,015 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mengartikan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa pinjaman ULaMM. Hasil ini menerima hipotesis keempat pada penelitian yang berarti ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM.

5) Hipotesis 5 : Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hal ini terlihat dari koefisien jalur positif sebesar 0,326 dengan CR sebesar 2,576 dan diperoleh signifikansi (p) $0,011 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mengartikan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah jasa pinjaman ULaMM. Hasil ini menerima

hipotesis kelima pada penelitian yang berarti ada pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM.

Berdasarkan hasil regresi dapat disimpulkan rangkuman pengujian regresi pada Tabel 4.13 berikut ;

Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Pengujian Regresi

No	Hasil Pengujian Regresi	Keterangan
1	Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM	Ditolak
2	Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM	Diterima
3	Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM	Diterima
4	Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM	Diterima
5	Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM	Diterima

Sumber : Lampiran 6

4.2 Pembahasan

Hasil pengujian koefisien dari *Confirmatory Factor Analysis*, menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM. Hasil pengujian koefisien dari *Confirmatory Factor Analysis*, menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota. Sedangkan kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan, “ada pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah ditolak. sedangkan hipotesis yang menyatakan “ ada pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap

kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota” adalah diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel bukti fisik memiliki pengaruh tidak signifikan atau hanya memiliki pengaruh kecil dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM unit Jember kota.

4.2.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan penilaian dari hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil lapangan yang dirangkum dalam distribusi jawaban responden menunjukkan pada indikator $X_{1.1}$ kerapian penampilan karyawan 58,3% menjawab setuju, pada indikator $X_{1.2}$ kondisi bangunan gedung 55,6% menjawab sangat setuju dan pada indikator $X_{1.3}$ fasilitas penunjang 65,7% menjawab setuju. Hasil rangkuman bukti fisik yang diukur dengan kerapian penampilan karyawan, kondisi gedung dan fasilitas penunjang adalah sudah baik. *Tangible* (bukti fisik) yang baik akan mempengaruhi persepsi nasabah. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* (bukti fisik) ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan nasabah. Pernyataan ini sesuai dengan hasil Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel bukti fisik sebesar 0,235 atau 23,5% dengan arah positif tetapi tidak signifikan. Hal ini berarti bukti fisik yang diukur melalui penampilan karyawan, kondisi fisik gedung dan tersedianya fasilitas penunjang (toilet, kursi tunggu, tempat parkir dll) merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan nasabah ULaMM Unit Jember Kota.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh Samosir (2005), Nuraini (2011), dan Anggraeni (2012), bahwa bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan, semakin tinggi persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan oleh penyedia jasa maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi begitupun juga sebaliknya, jika persepsi nasabah terhadap bukti fisik rendah maka kepuasan nasabah juga rendah. Penelitian ini

menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah tidak terlalu memperhatikan bukti fisik yang meliputi kerapian penampilan karyawan, kondisi fisik gedung dan fasilitas penunjang yang merupakan dimensi kualitas layanan. Berdasarkan hasil telaah yang dilakukan peneliti, hal ini lebih dikarenakan nasabah lebih mementingkan variabel daya tanggap yang diwakili indikator kesigapan karyawan, kemampuan cepat dan tanggap dalam melayani nasabah serta kemampuan penanganan keluhan nasabah dan variabel kehandalan dengan indikator kecepatan dan ketepatan, penyediaan informasi yang dibutuhkan serta pelayanan secara profesional dalam bekerja, yang menjadi faktor lebih penting bagi nasabah yang terkait dengan pencairan kredit permodalan mikro PNM ULaMM unit Jember kota.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel bukti fisik tidak memberikan pengaruh yang signifikan, namun demikian PNM ULaMM unit Jember kota harus tetap memperhatikan variabel bukti fisik, karena Nasabah akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas layanan. Kerapian penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani begitu juga dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan. Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2004:14), karena suatu servis tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* (bukti fisik) menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa PNM ULaMM Unit Jember Kota harus lebih meningkatkan lagi strategi pelayanan yang meliputi fasilitas fisik gedung, sarana penunjang dan penampilan karyawan dalam memberikan layanan jasa terhadap nasabah agar kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

4.2.2 Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel kehandalan sebesar 0,520 atau 52% dengan arah positif. Kehandalan sebagai kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti adalah baik, dengan artian lainnya bahwa adanya kecepatan dan ketepatan karyawan dalam memberikan penanganan administrasi kepada calon nasabah atau nasabahnya, adanya karyawan yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabahnya terkait permasalahan yang ada, dan karyawan yang berusaha dalam melaksanakan tugas dengan benar dan sungguh-sungguh secara profesional, telah membentuk adanya rasa sesuai dan sikap percaya pada nasabahnya karena dalam hal ini nasabah telah merasakan adanya pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkannya atau selaras dengan kepentingannya.

Hasil penelitian ini sesuai hasil pengujian yang dilakukan oleh Samosir (2005), Nuraini (2011), dan Anggraeni (2012), bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan, jika kehandalan dari kualitas layanan meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan dari pengguna jasa layanan yang ada dan sebaliknya, jika kehandalan dari kualitas layanan menurun maka akan menurunkan kepuasan dari pengguna jasa layanan, hal ini akan dapat memberikan rasa puas terhadap jasa yang telah ditawarkan oleh pengelola jasa bahkan membentuk nasabah menjadi loyal dalam menggunakan jasa layanan yang ada.

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2004:14), kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para nasabah atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan 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 Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.

4.2.3 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel daya tanggap sebesar 0,548 atau 54,8% dengan arah positif. Daya tanggap sebagai kemampuan para karyawan untuk dapat membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap dan ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya kemampuan dalam penangan keluhan nasabah mengenai permasalahan yang berhubungan jasa yang ditawarkan dan proses administrasi jasa yang digunakan oleh nasabahnya, adanya kesigapan karyawan untuk cepat dan tanggap dalam melayani nasabah dan hal ini merupakan hal yang sangat diharapkan oleh nasabah dalam mengatasi permasalahan yang dihadapinya, dan adanya karyawan yang mampu memberikan informasi dan keterangan terkait dengan layanan yang dibutuhkan oleh nasabahnya, telah menciptakan adanya rasa gembira dan sesuai dengan harapan nasabahnya atau nasabahnya sehingga nasabah akan merasa nyaman dan tidak merasa cemas dalam menghadapi segala permasalahannya yang sedang dihadapinya.

Hasil penelitian ini sesuai hasil pengujian yang dilakukan oleh Samosir (2005), Nuraini (2011), dan Anggraeni (2012), bahwa daya tanggap sebagai suatu kebijakan atau aktivitas untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada nasabah serta dengan penyampaian informasi yang jelas sehingga nasabah akan mengakui tingkat kualitas dan keunggulan yang diharapkan atas pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabahnya.

Menurut Bitner & Hubert (2006:62), tingkat ketidaksesuaian antara harapan dan keinginan konsumen dan tanggapan mereka. Salah satu cara untuk menempatkan kualitas jasa lebih unggul daripada pesaing adalah dengan memberi atau memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen mengenai kualitas jasa tersebut. Harapan konsumen terhadap jasa yang akan mereka

terima, dapat dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran dari teman-teman dan iklan yang disampaikan perusahaan. Bila kualitas jasa yang mereka nikmati ternyata jauh dibawah kualitas jasa yang mereka harapkan maka konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya jika kualitas jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi harapannya, mereka cenderung akan memakai kembali jasa tersebut.

4.2.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel jaminan sebesar 0,283 atau 23,8% dengan arah positif. Jaminan sebagai kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah dengan perhatian atau kepedulian karyawan terhadap nasabah adalah baik, dengan artian lainnya bahwa adanya kesopanan karyawan dalam melayani nasabah, adanya karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai dalam melaksanakan tugasnya, dan adanya jaminan atau ganti rugi dari pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan, telah menciptakan adanya rasa percaya dan menjadikan nasabah merasa lebih nyaman dan tenang terhadap kegiatan atau aktivitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya sehingga nasabah tidak perlu merasa khawatir dan cemas sehingga hal ini akan menjadikan nilai atau manfaat bagi nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai hasil pengujian yang dilakukan oleh Anggraeni (2012), bahwa pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan dengan kinerja yang kredibel yang memenuhi syarat sebuah pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Menurut Tjiptono (2007:174), jaminan dari kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan dibandingkan dengan ekspektasi nasabah. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan. Harapan

nasabah bisa berupa tiga standar ; *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya; *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan bakal diterima, dan; *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

4.2.5 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel empati sebesar 0,326 atau 32,6% dengan arah positif. Empati sebagai kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf penyedia layanan dan hal ini berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah adalah baik, dengan artian lainnya bahwa adanya kemampuan komunikasi karyawan dalam menanyakan keluhannya atau permasalahan yang sedang dihadapi nasabahnya, adanya kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dalam memproses percepatan prosedur yang sedang dilakukannya dan adanya perhatian pihak perusahaan secara personal kepada nasabah dalam menangani permasalahan sehingga menjalin hubungan personal yang baik, telah menjadikan nasabah merasa lebih nyaman terhadap dan sesuai terhadap kinerja pelayanan yang diberikan sehingga persepsi kinerja layanan akan lebih tinggi daripada kepentingan nasabah, dalam hal ini kinerja pelayanan benar memberikan kenyamanan pada nasabah agar nasabah merasa terpuaskan.

Hasil penelitian ini sesuai hasil pengujian yang dilakukan oleh Samosir (2005), Hartanto (2010), Nuraini (2011), dan Anggraeni (2012), bahwa memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen, maka perusahaan harus mengetahui keinginan nasabah secara spesifik dari bentuk jasa sampai pendistribusian yang tepat sehingga penilaian nasabah terhadap keseluruhan produk, dan kualitas pelayanan yang dirasakan

merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

Menurut Lupiyoadi (2008:82), kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Nasabah yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk lebih loyal. Nasabah yang puas cenderung akan memberikan persepsi positif terhadap citra pelayanan perusahaan. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk jasa yang ada tetapi lebih kepada nilai sosial atau yang membuat nasabah menjadi puas terhadap layanan jasa yang ditawarkan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

- a. Bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM Unit Jember Kota;
- b. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM Unit Jember Kota dengan arah positif. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya keandalan kinerja pelayanan yang akurat maka akan meningkatkan adanya kepuasan nasabah;
- c. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM Unit Jember Kota dengan arah positif. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya daya tanggap karyawan dalam membantu pelanggannya maka akan meningkatkan adanya kepuasan nasabah;
- d. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM Unit Jember Kota dengan arah positif. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya jaminan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan maka akan meningkatkan adanya kepuasan nasabah;
- e. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pinjaman ULaMM Unit Jember Kota dengan arah positif. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya empati yang dimiliki oleh penyedia layanan maka akan meningkatkan adanya kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat memberikan saran, diantaranya ;

- a. Variabel bukti fisik merupakan variabel yang berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, oleh karena itu Pihak Manajemen PT PNM ULaMM Unit Jember Kota, disarankan untuk menambah dan mengembangkan fasilitas fisik yang ada, seperti misalnya lebih memperhatikan penampilan karyawan, kondisi fisik gedung, dan fasilitas penunjang (tempat parkir, tempat duduk antrian, toilet, dll), diharapkan fasilitas yang ada dapat menciptakan kenyamanan dan kepercayaan pada nasabah sehingga mampu menciptakan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan;
- b. Variabel daya tanggap yang dinilai dari kemampuan karyawan dalam penanganan keluhan, kesigapan dalam melayani nasabah dan memberikan layanan yang dibutuhkan nasabah merupakan variabel yang paling besar dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, diharapkan pihak manajemen Manajemen PT PNM ULaMM Unit Jember Kota tetap mempertahankan kinerjanya agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah untuk menjadikan kedepannya lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Agusty Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Desy Permatasari Nuraini. 2011. "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Rudy Hadisuwarno Jember". Tidak Dipublikasikan. Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Imam Ghozali. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- <http://www.pnm.co.id/read/329/Bisnis-Pembiayaan-UMKM-di-Jember-Agresif/>
[25 Juni 2014]
- <http://www.pnm.co.id/tentang-pnm/sejarah-perusahaan/> [5 Januari 2015]
- <http://www.pnm.co.id/tentang-pnm/> [5 Januari 2015]
- <http://www.pnm.co.id/tentang-pnm/visi-dan-misi/> [5 Januari 2015]
- <http://www.pnm.co.id/en/tentang-ulamm/> [5 Januari 2015]
- Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Juzan Tri Hartanto. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PD BPR Bank Jogja)*. Dipublikasikan. Artikel.
<http://papers.gunadarma.ac.id/index.php/mmanagement/article/view/14926-41923-1-PB.pdf> [diakses 1 Juli 2014]
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Perspektif*. Asia Buku I. Terjemahan: Tjiptono, Fandy. Cetakan Pertama. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, jilid 1*. Klaten. PT Intan Sejati.
- PT. Permodalan Nasional Madani (persero). 2009. *Manual book versi 01*. Jakarta: PT. PNM.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Rambat Lupiyoadi. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Freddy Rangkuti. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia. Jakarta.
- Fresty Reny Anggraeni. 2012. "Analisis Diskriminan Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Ketidakpuasan Pasien Pada Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Tidak Dipublikasikan". Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. 2002. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Andy. Yogyakarta.
- Tjiptono & Candra, Gregorius. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Tjiptono. 2007. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2008. *Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Umar Husein. 2002. *Riset Pemasarandan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Zurni Zahara Samosir. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU*. Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol 1, No 1 : 28-35

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Dalam Menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit
Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional
Mandiri) Unit Jember Kota**

**Yth. Saudara responden
di tempat**

Dengan hormat,

Daftar pertanyaan ini dimaksudkan sebagai bahan penyusunan Skripsi yang merupakan syarat bagi saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember untuk memperoleh gelar sarjana.

Dengan kerendahan hati Saudara di sela-sela kesibukan, saya mohon bersedia membantu mengisi daftar pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Saudara.

Atas segala bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Achmad Dwi Effendi
070810201201

2) Kehandalan (X2)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut anda, ULaMM cepat dan tepat dalam memberikan penanganan administrasi					
2.	ULaMM memberikan informasi yang anda butuhkan sebagai nasabah					
3.	Menurut anda, Karyawan ULaMM melaksanakan tugas dengan benar dan sungguh-sungguh (profesional)					

3) Daya tanggap (X3)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut anda, Karyawan ULaMM cepat dalam penanganan keluhan nasabah					
2.	Karyawan ULaMM sigap untuk cepat tanggap dalam melayani anda sebagai nasabah					
3.	ULaMM sudah mampu memberikan layanan yang anda butuhkan sebagai nasabah					

4) Jaminan (X4)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut anda, karyawan ULaMM bersikap sopan dalam melayani nasabah					
2.	Bagi anda, Karyawan ULaMM sudah memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai dalam melaksanakan tugasnya					
3.	ULaMM memberikan jaminan/ ganti rugi dari pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan					

5) Empati (X5)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan mencoba berkomunikasi dalam menanyakan keluhan anda sebagai nasabah					
2.	Karyawan ULaMM mampu memahami kebutuhan dan keinginan anda sebagai nasabah					
3.	Anda sebagai nasabah merasa mendapat Perhatian secara personal dari pihak ULaMM					

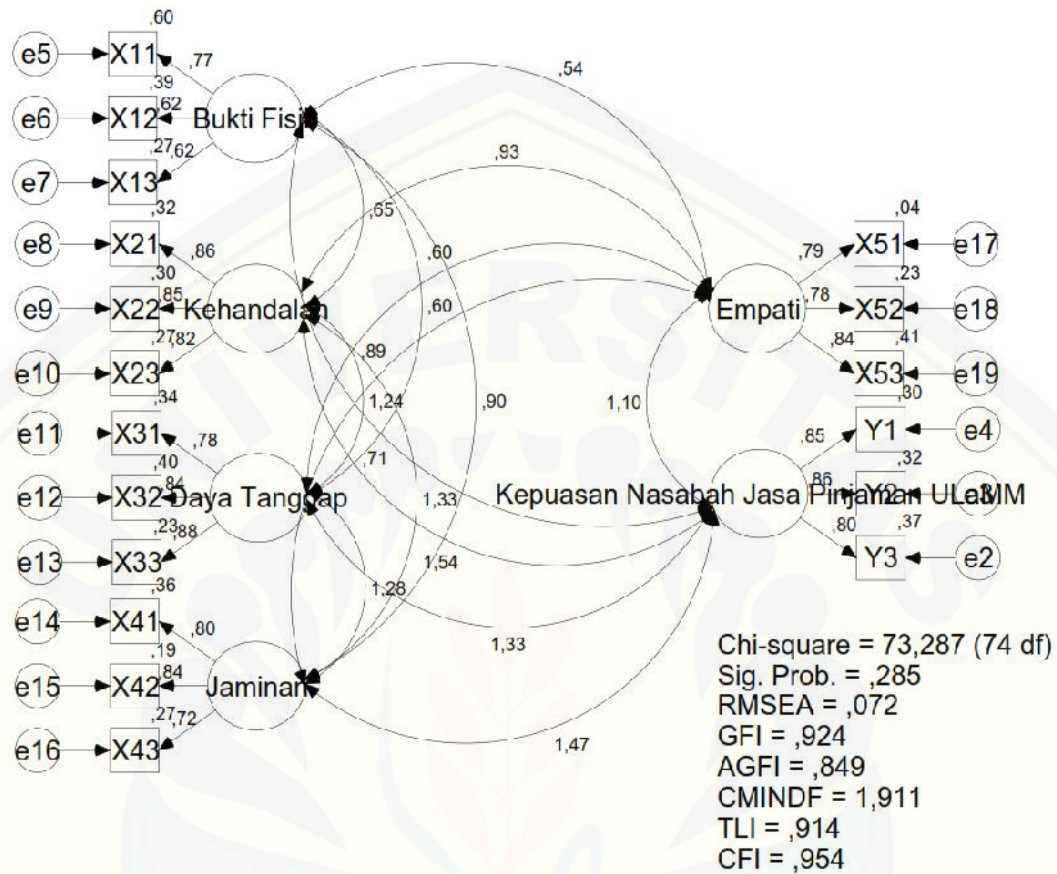
6) Kepuasan nasabah (Y)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Anda puas dengan layanan administrasi dan operasional ULaMM					
2.	Anda puas terhadap keseluruhan kinerja karyawan ULaMM					
3.	Anda sebagai Nasabah puas terhadap kualitas layanan yang diberikan ULaMM					

36	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
37	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
38	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
39	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
41	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
43	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
44	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
46	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
47	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
48	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
49	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
50	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
51	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
53	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
54	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
55	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
56	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
57	3	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
58	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
59	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
60	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
61	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
62	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
63	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
65	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
66	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
67	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
68	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
69	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
71	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4

73	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
74	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
76	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
77	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
78	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
79	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
80	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
81	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
82	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
84	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
85	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
86	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
87	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
88	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
89	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
90	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
91	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
93	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
94	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
97	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
98	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
99	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
100	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
101	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
102	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
103	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
104	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
106	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
107	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
108	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4

LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS



Groups

Group number 1 (Group number 1)

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 108

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

X13

X12

X11

X23

X22

X21

X33

X32

X31

X43

X42

X41

X51

X52

X53

Y1
 Y2
 Y3
 Unobserved, exogenous variables
 Bukti Fisik
 e7
 e6
 e5
 Kehandalan
 e10
 e9
 e8
 Daya Tanggap
 e13
 e12
 e11
 Jaminan
 e16
 e15
 e14
 Empati
 e17
 e18
 e19
 Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM
 e4
 e3
 e2

Group number 1 (Group number 1 - Default model)
Estimates (Group number 1 - Default model)
Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)
Maximum Likelihood Estimates
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X13 <--- Bukti Fisik	1,000			
X12 <--- Bukti Fisik	1,177	,284	4,150	***
X11 <--- Bukti Fisik	1,668	,378	4,408	***
X23 <--- Kehandalan	1,000			
X22 <--- Kehandalan	1,020	,179	5,708	***
X21 <--- Kehandalan	1,098	,190	5,783	***
X33 <--- Daya Tanggap	1,000			
X32 <--- Daya Tanggap	1,316	,262	5,020	***
X31 <--- Daya Tanggap	1,194	,250	4,779	***
X43 <--- Jaminan	1,000			
X42 <--- Jaminan	,707	,147	4,816	***
X41 <--- Jaminan	1,011	,173	5,831	***
X51 <--- Empati	1,000			
X52 <--- Empati	1,058	,150	5,747	***

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X53 <--- Empati	1,029	,145	5,604	***
Y1 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,000			
Y2 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,946	,147	6,433	***
Y3 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,073	,161	6,661	***

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X13 <--- Bukti Fisik	,616
X12 <--- Bukti Fisik	,623
X11 <--- Bukti Fisik	,772
X23 <--- Kehandalan	,821
X22 <--- Kehandalan	,852
X21 <--- Kehandalan	,865
X33 <--- Daya Tanggap	,879
X32 <--- Daya Tanggap	,836
X31 <--- Daya Tanggap	,779
X43 <--- Jaminan	,723
X42 <--- Jaminan	,840
X41 <--- Jaminan	,798
X51 <--- Empati	,787
X52 <--- Empati	,775
X53 <--- Empati	,836
Y1 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,847
Y2 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,863
Y3 <--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,804

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Bukti Fisik <--> Kehandalan	,044	,015	3,017	,003
Bukti Fisik <--> Daya Tanggap	,038	,013	2,821	,005
Bukti Fisik <--> Jaminan	,066	,019	3,443	***
Bukti Fisik <--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,051	,016	3,252	,001
Kehandalan <--> Daya Tanggap	,076	,019	4,041	***
Kehandalan <--> Jaminan	,095	,021	4,457	***
Kehandalan <--> Kepuasan Nasabah Jasa	,106	,022	4,887	***

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Pinjaman ULaMM					
Daya Tanggap	<--> Jaminan	,085	,021	4,054	***
Daya Tanggap	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,085	,020	4,255	***
Jaminan	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,110	,023	4,791	***
Bukti Fisik	<--> Empati	,071	,049	3,554	***
Kehandalan	<--> Empati	,082	,063	3,713	***
Daya Tanggap	<--> Empati	,073	,058	3,583	***
Jaminan	<--> Empati	,059	,061	3,700	***
Empati	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,108	,023	4,634	***

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Bukti Fisik	<--> Kehandalan	,648
Bukti Fisik	<--> Daya Tanggap	,599
Bukti Fisik	<--> Jaminan	,897
Bukti Fisik	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,715
Kehandalan	<--> Daya Tanggap	1,241
Kehandalan	<--> Jaminan	1,329
Kehandalan	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,539
Daya Tanggap	<--> Jaminan	1,280
Daya Tanggap	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,330
Jaminan	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,470
Bukti Fisik	<--> Empati	,537
Kehandalan	<--> Empati	,927
Daya Tanggap	<--> Empati	,600
Jaminan	<--> Empati	,887
Empati	<--> Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	1,104

Variiances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Bukti Fisik	,069	,028	2,487	,013
Kehandalan	,066	,022	2,968	,003
Daya Tanggap	,057	,022	2,608	,009
Jaminan	,078	,027	2,884	,004

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Empati	,009	,022	2,909	,003
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,065	,022	3,251	,001
e7	,191	,030	6,469	***
e6	,151	,026	5,777	***
e5	,131	,034	3,791	***
e10	,177	,024	7,474	***
e9	,157	,021	7,378	***
e8	,170	,023	7,330	***
e13	,191	,026	7,271	***
e12	,145	,022	6,617	***
e11	,160	,023	6,956	***
e16	,207	,029	7,259	***
e15	,162	,022	7,470	***
e14	,143	,021	6,878	***
e17	,241	,033	7,273	***
e18	,167	,025	6,623	***
e19	,143	,029	4,975	***
e4	,169	,022	7,762	***
e3	,140	,018	7,727	***
e2	,145	,019	7,602	***

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y3	,365
Y2	,317
Y1	,300
X53	,405
X52	,226
X51	,035
X41	,358
X42	,194
X43	,273
X31	,335
X32	,404
X33	,229
X21	,319
X22	,304

	Estimate
X23	,271
X11	,596
X12	,388
X13	,266

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
X11	0,772	0,595984	0,404016	5,680552	4,044121	0,711923947
X12	0,623	0,388129	0,611871			
X13	0,616	0,379456	0,620544			
Jumlah	2,011		1,636431			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,011)^2}{(2,011)^2 + 1,636431} \\
 &= 0,712
 \end{aligned}$$

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
X21	0,865	0,748225	0,251775	7,293274	6,441444	0,883203346
X22	0,852	0,725904	0,274096			
X23	0,821	0,674041	0,325959			
Jumlah	2,538		0,85183			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,538)^2}{(2,538)^2 + 0,85183} \\
 &= 0,883
 \end{aligned}$$

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
X31	0,779	0,606841	0,393159	7,141658	6,220036	0,870951255
X32	0,836	0,698896	0,301104			
X33	0,879	0,772641	0,227359			
Jumlah	2,494		0,921622			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,494)^2}{(2,494)^2 + 0,921622} \\
 &= 0,870
 \end{aligned}$$

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
X41	0,798	0,636804	0,363196	6,709188	5,574321	0,83084883
X42	0,84	0,7056	0,2944			
X43	0,723	0,522729	0,477271			
Jumlah	2,361		1,134867			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,361)^2}{(2,361)^2 + 1,134867} \\
 &= 0,830
 \end{aligned}$$

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
X51	0,787	0,619369	0,380631	6,831514	5,750404	0,841746646
X52	0,775	0,600625	0,399375			
X53	0,836	0,698896	0,301104			
Jumlah	2,398		1,08111			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,398)^2}{(2,398)^2 + 1,08111} \\
 &= 0,841
 \end{aligned}$$

Variabel Indikator	Estimasi (Loading =	Loading Kuadrat	Kesalahan Pengukuran 1-loading kuadrat	Loading Kuadrat + Kesalahan Pengukuran	Sum Loading kuadrat	Construk Reliability
Y1	0,847	0,717409	0,282591	7,211602	6,320196	0,87639279
Y2	0,863	0,744769	0,255231			
Y3	0,804	0,646416	0,353584			
Jumlah	2,514		0,891406			

$$\begin{aligned}
 \text{Construct - reliability} &= \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \epsilon_j} \\
 &= \frac{(2,514)^2}{(2,514)^2 + 0,891406} \\
 &= 0,876
 \end{aligned}$$

LAMPIRAN 4. UJI ASUMSI**Assessment of normality (Group number 1)**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y3	4,000	5,000	-,220	-,632	-,715	-1,426
Y2	4,000	5,000	,442	,595	-,684	-1,362
Y1	4,000	5,000	-,377	-1,099	-,858	-1,741
X53	4,000	5,000	-,416	-1,136	-,887	-1,775
X52	4,000	5,000	,597	1,283	-,964	-1,794
X51	4,000	5,000	,112	,438	-,580	-1,243
X41	4,000	5,000	-,107	-,420	-,553	-1,182
X42	4,000	5,000	,102	,410	-,545	-1,154
X43	3,000	5,000	-,280	-1,634	-,793	-1,501
X31	4,000	5,000	-,377	-1,879	-,958	-1,841
X32	4,000	5,000	,338	1,434	-,686	-1,362
X33	4,000	5,000	,586	1,789	-,865	-1,769
X21	4,000	5,000	-,111	-1,272	-,588	-1,216
X22	4,000	5,000	,363	1,414	-,660	-1,309
X23	4,000	5,000	-,398	-1,434	-,686	-1,341
X11	3,000	5,000	,135	,446	-,604	-1,281
X12	3,000	4,000	-,384	-1,449	-,650	-1,337
X13	3,000	5,000	-,296	-1,257	-,607	-1,287
Multivariate					10,162	1,655

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
56	31,809	,006	,452
9	31,713	,017	,553
87	31,669	,023	,465
48	30,558	,032	,464
47	30,469	,033	,288
106	29,649	,041	,283
58	27,302	,074	,688
46	27,149	,076	,586
108	26,646	,086	,587
13	26,544	,088	,481

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
12	25,733	,106	,602
27	25,632	,108	,510
69	25,217	,119	,527
60	25,063	,123	,463
71	25,002	,125	,371
11	25,002	,125	,271
45	24,928	,127	,206
72	24,378	,143	,279
107	23,971	,156	,322
98	23,802	,162	,289
38	23,802	,162	,210
20	22,863	,196	,457
52	22,446	,213	,536
53	22,290	,219	,509
40	21,955	,234	,562
80	21,625	,249	,616
105	21,607	,250	,536
43	21,503	,255	,494
103	21,503	,255	,407
32	21,200	,269	,459
86	20,969	,281	,481
26	20,969	,281	,397
42	20,761	,292	,411
102	20,761	,292	,332
81	20,746	,292	,266
57	20,449	,308	,318
55	20,389	,311	,272
74	20,091	,328	,330
93	19,874	,340	,355
6	19,714	,349	,355
100	19,648	,353	,314
92	19,553	,359	,286
54	19,351	,371	,308
25	19,348	,371	,244
36	19,282	,375	,210
96	19,282	,375	,158
34	19,003	,392	,203

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
97	18,987	,393	,158
37	18,987	,393	,115
15	18,631	,415	,179
75	18,631	,415	,133
79	18,631	,415	,096
19	18,631	,415	,067
7	18,599	,417	,050
21	18,528	,421	,041
1	18,500	,423	,029
66	17,995	,456	,081
28	17,833	,467	,086
50	17,791	,470	,067
89	17,700	,476	,059
29	17,700	,476	,039
88	17,467	,491	,052
62	17,288	,503	,059
2	17,288	,503	,039
49	17,269	,505	,027
84	16,972	,525	,045
24	16,972	,525	,029
68	16,542	,555	,070
33	16,471	,560	,058
41	16,454	,561	,041
101	16,454	,561	,026
94	16,312	,571	,027
4	16,162	,581	,028
64	16,162	,581	,017
23	15,918	,598	,025
90	15,213	,647	,129
30	15,213	,647	,091
59	15,090	,656	,086
65	14,424	,701	,282
67	14,011	,728	,435
16	13,564	,757	,618
61	13,199	,780	,739
70	13,033	,790	,748
76	12,872	,799	,754

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
73	12,869	,799	,676
17	12,625	,813	,724
85	12,396	,826	,760
3	12,305	,831	,725
14	11,926	,851	,823
91	10,783	,903	,993
10	10,690	,907	,989
44	10,305	,921	,995
104	10,305	,921	,990
22	9,844	,937	,997
5	9,202	,955	1,000
78	9,170	,956	,999
18	9,170	,956	,997
51	8,040	,978	1,000
77	7,801	,981	1,000
83	7,801	,981	1,000

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 73,287

Degrees of freedom = 74

Determinant of sample covariance matrix = 53,217

Probability level = ,285

LAMPIRAN 5. UJI KESESUAIAN MODEL**Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	51	73,287	74	,285	1,911
Saturated model	171	,000	0		
Independence model	18	903,570	153	,000	5,906

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,019	,924	,849	,578
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,075	,348	,271	,311

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	,846	,876	,961	,914	,954
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,784	,585	,670
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	109,287	70,338	156,045
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	750,570	659,670	848,961

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2,143	1,021	,657	1,458
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	8,445	7,015	6,165	7,934

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,072	,074	,110	,000
Independence model	,214	,201	,228	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	331,287	353,310	468,076	519,076
Saturated model	342,000	415,841	800,644	971,644
Independence model	939,570	947,343	987,848	1005,848

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3,096	2,732	3,533	3,302
Saturated model	3,196	3,196	3,196	3,886
Independence model	8,781	7,931	9,701	8,854

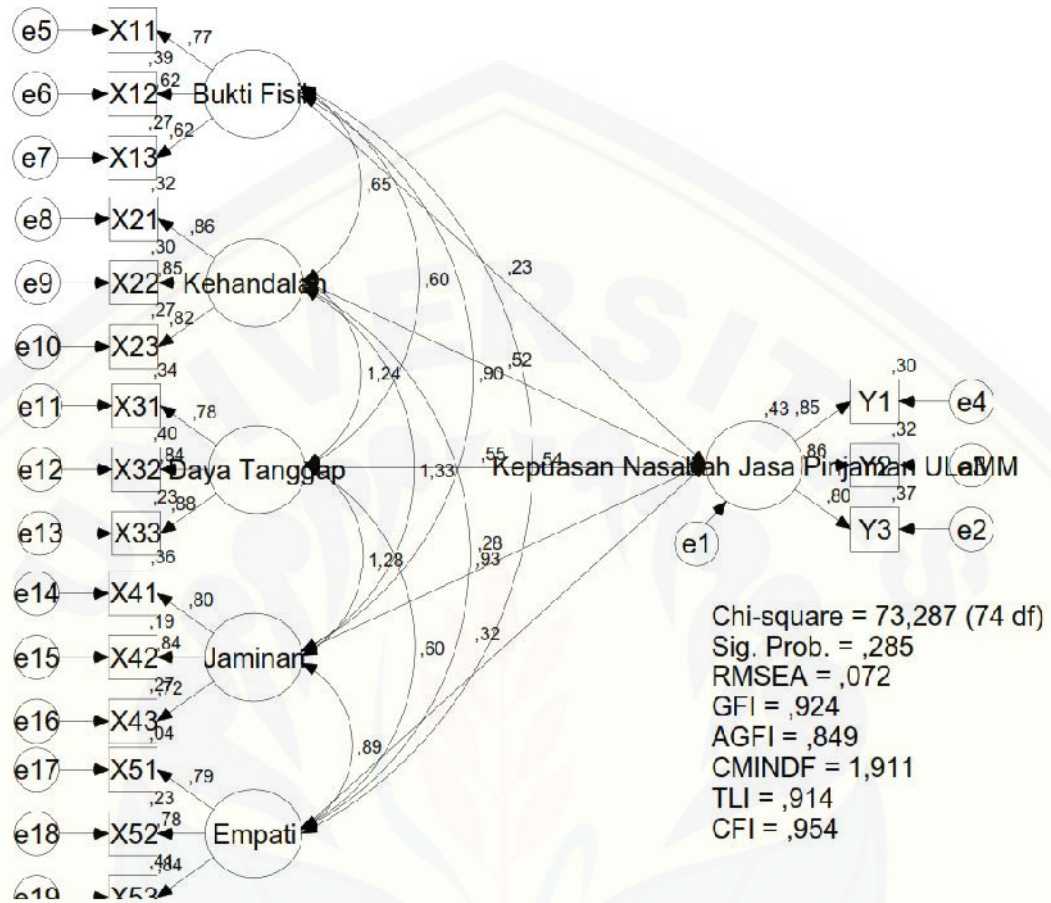
HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	69	75
Independence model	22	24

Execution time summary

Minimization:	,109
Miscellaneous:	,500
Bootstrap:	,000
Total:	,609

**LAMPIRAN 6. UJI KAUSALITAS
(REGRESI DENGAN PENDEKATAN KONFIRMATORI)**



Group number 1 (Group number 1 - Default model)
 Estimates (Group number 1 - Default model)
 Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)
 Maximum Likelihood Estimates
 Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Bukti Fisik	,241	,127	1,783	,067
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Kehandalan	,582	,209	2,705	,008
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Daya Tanggap	,619	,215	2,879	,004
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Jaminan	,273	,192	2,430	,015

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Empati	,368	,162	2,576	,011
X13	<--- Bukti Fisik	1,000			
X12	<--- Bukti Fisik	1,177	,284	4,150	***
X11	<--- Bukti Fisik	1,668	,378	4,408	***
X23	<--- Kehandalan	1,000			
X22	<--- Kehandalan	1,020	,179	5,708	***
X21	<--- Kehandalan	1,098	,190	5,783	***
X33	<--- Daya Tanggap	1,000			
X32	<--- Daya Tanggap	1,316	,262	5,020	***
X31	<--- Daya Tanggap	1,194	,250	4,779	***
X43	<--- Jaminan	1,000			
X42	<--- Jaminan	,707	,147	4,816	***
X41	<--- Jaminan	1,011	,173	5,831	***
X53	<--- Empati	1,000			
X52	<--- Empati	,708	,162	4,362	***
X51	<--- Empati	,670	,157	3,804	***
Y1	Kepuasan Nasabah <--- Jasa Pinjaman ULaMM	1,000			
Y2	Kepuasan Nasabah <--- Jasa Pinjaman ULaMM	,946	,147	6,433	***
Y3	Kepuasan Nasabah <--- Jasa Pinjaman ULaMM	1,073	,161	6,661	***

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Bukti Fisik	,235
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Kehandalan	,520
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Daya Tanggap	,548
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Jaminan	,283
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	<--- Empati	,326

		Estimate
X13	<--- Bukti Fisik	,516
X12	<--- Bukti Fisik	,623
X11	<--- Bukti Fisik	,772
X23	<--- Kehandalan	,521
X22	<--- Kehandalan	,552
X21	<--- Kehandalan	,565
X33	<--- Daya Tanggap	,479
X32	<--- Daya Tanggap	,636
X31	<--- Daya Tanggap	,579
X43	<--- Jaminan	,523
X42	<--- Jaminan	,440
X41	<--- Jaminan	,598
X53	<--- Empati	,636
X52	<--- Empati	,475
X51	<--- Empati	,437
Y1	<--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,547
Y2	<--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,563
Y3	<--- Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,604

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Bukti Fisik	<--> Kehandalan	,044	,015	3,017	,003
Bukti Fisik	<--> Daya Tanggap	,038	,013	2,821	,005
Bukti Fisik	<--> Jaminan	,066	,019	3,443	***
Kehandalan	<--> Daya Tanggap	,076	,019	4,041	***
Kehandalan	<--> Jaminan	,095	,021	4,457	***
Daya Tanggap	<--> Jaminan	,085	,021	4,054	***
Bukti Fisik	<--> Empati	,044	,016	2,689	,007
Kehandalan	<--> Empati	,074	,019	3,927	***
Daya Tanggap	<--> Empati	,045	,016	2,851	,004
Jaminan	<--> Empati	,077	,020	3,778	***

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Bukti Fisik	<--> Kehandalan	,648
Bukti Fisik	<--> Daya Tanggap	,599
Bukti Fisik	<--> Jaminan	,897
Kehandalan	<--> Daya Tanggap	1,241
Kehandalan	<--> Jaminan	1,329
Daya Tanggap	<--> Jaminan	1,280
Bukti Fisik	<--> Empati	,537
Kehandalan	<--> Empati	,927
Daya Tanggap	<--> Empati	,600
Jaminan	<--> Empati	,887

Variiances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Bukti Fisik	,069	,028	2,487	,013
Kehandalan	,066	,022	2,968	,003
Daya Tanggap	,057	,022	2,608	,009
Jaminan	,078	,027	2,884	,004
Empati	,097	,034	2,881	,004
e1	,140	,023	4,635	***
e7	,191	,030	6,469	***
e6	,151	,026	5,777	***
e5	,131	,034	3,791	***
e10	,177	,024	7,474	***
e9	,157	,021	7,378	***
e8	,170	,023	7,330	***
e13	,191	,026	7,271	***
e12	,145	,022	6,617	***
e11	,160	,023	6,956	***
e16	,207	,029	7,259	***
e15	,162	,022	7,470	***
e14	,143	,021	6,878	***
e19	,143	,029	4,975	***
e18	,167	,025	6,623	***
e17	,241	,033	7,273	***
e4	,169	,022	7,762	***
e3	,140	,018	7,727	***
e2	,145	,019	7,602	***

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Kepuasan Nasabah Jasa Pinjaman ULaMM	,425
Y3	,365
Y2	,317
Y1	,300
X51	,035
X52	,226
X53	,405
X41	,358
X42	,194
X43	,273
X31	,335
X32	,404
X33	,229
X21	,319
X22	,304
X23	,271
X11	,596
X12	,388
X13	,266

LAMPIRAN 7. ANALISIS DESKRIPTIF STATISTIK

DESCRIPTIVES VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 Y

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Bukti Fisik	108	3.00	4.67	3.8543	.40742
Kehandalan	108	4.00	5.00	4.4846	.35705
Daya Tanggap	108	4.00	5.00	4.4907	.36303
Jaminan	108	3.67	5.00	4.4769	.35151
Empati	108	4.00	5.00	4.4722	.31615
Kepuasan Jasa Nasabah Pinjaman ULamm	108	4.00	5.00	4.5093	.35435
Valid N (listwise)	108				

LAMPIRAN 8. DISTRIBUSI FREKUENSI

FREQUENCIES VARIABLES=X.1.1 X.1.2 X.1.3 X.2.1 X.2.2 X.2.3 X.3.1 X.3.2 X.3.3 X.4.1 X.4.2 X.4.3 X.5.1 X.5.2 X.5.3 Y.1 Y.2 Y.3

/ORDER=ANALYSIS.

X.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	39	36.1	36.1	36.1
	4	63	58.3	58.3	94.4
	5	6	5.6	5.6	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	48	44.4	44.4	44.4
	4	60	55.6	55.6	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	34	31.5	31.5	31.5
	4	71	65.7	65.7	97.2
	5	3	2.8	2.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	51	47.2	47.2	47.2
	5	57	52.8	52.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	71	65.7	65.7	65.7
	5	37	34.3	34.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	45	41.7	41.7	41.7
	5	63	58.3	58.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	39.8	39.8	39.8
	5	65	60.2	60.2	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	63	58.3	58.3	58.3
	5	45	41.7	41.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	59	54.6	54.6	54.6
	5	49	45.4	45.4	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	36	33.3	33.3	33.3
	5	72	66.7	66.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	78	72.2	72.2	72.2
	5	30	27.8	27.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1.9	1.9	1.9
	4	45	41.7	41.7	43.5
	5	61	56.5	56.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	54	50.0	50.0	50.0
	5	54	50.0	50.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	74	68.5	68.5	68.5
	5	34	31.5	31.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X.5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	39.8	39.8	39.8
	5	65	60.2	60.2	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	44	40.7	40.7	40.7
	5	64	59.3	59.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	77	71.3	71.3	71.3
	5	31	28.7	28.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	38	35.2	35.2	35.2
	5	70	64.8	64.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	



LAMPIRAN 9. TABEL CHI-SQUARE

Titik Persentase Distribusi Chi-Square untuk d.f. = 1 - 50

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
1		1.32330	2.70554	3.84146	6.63490	7.87944	10.82757
2		2.77259	4.60517	5.99146	9.21034	10.59663	13.81551
3		4.10834	6.25139	7.81473	11.34487	12.83816	16.26624
4		5.38527	7.77944	9.48773	13.27670	14.86026	18.46683
5		6.62568	9.23636	11.07050	15.08627	16.74960	20.51501
6		7.84080	10.64464	12.59159	16.81189	18.54758	22.45774
7		9.03715	12.01704	14.06714	18.47531	20.27774	24.32189
8		10.21885	13.36157	15.50731	20.09024	21.95495	26.12448
9		11.38875	14.68366	16.91898	21.66599	23.58935	27.87716
10		12.54886	15.98718	18.30704	23.20925	25.18818	29.58830
11		13.70069	17.27501	19.67514	24.72497	26.75685	31.26413
12		14.84540	18.54935	21.02607	26.21697	28.29952	32.90949
13		15.98391	19.81193	22.36203	27.68825	29.81947	34.52818
14		17.11693	21.06414	23.68479	29.14124	31.31935	36.12327
15		18.24509	22.30713	24.99579	30.57791	32.80132	37.69730
16		19.36886	23.54183	26.29623	31.99993	34.26719	39.25235
17		20.48868	24.76904	27.58711	33.40866	35.71847	40.79022
18		21.60489	25.98942	28.86930	34.80531	37.15645	42.31240
19		22.71781	27.20357	30.14353	36.19087	38.58226	43.82020
20		23.82769	28.41198	31.41043	37.56623	39.99685	45.31475
21		24.93478	29.61509	32.67057	38.93217	41.40106	46.79704
22		26.03927	30.81328	33.92444	40.28936	42.79565	48.26794
23		27.14134	32.00690	35.17246	41.63840	44.18128	49.72823
24		28.24115	33.19624	36.41503	42.97982	45.55851	51.17860
25		29.33885	34.38159	37.65248	44.31410	46.92789	52.61966
26		30.43457	35.56317	38.88514	45.64168	48.28988	54.05196
27		31.52841	36.74122	40.11327	46.96294	49.64492	55.47602
28		32.62049	37.91592	41.33714	48.27824	50.99338	56.89229
29		33.71091	39.08747	42.55697	49.58788	52.33562	58.30117
30		34.79974	40.25602	43.77297	50.89218	53.67196	59.70306
31		35.88708	41.42174	44.98534	52.19139	55.00270	61.09831
32		36.97298	42.58475	46.19426	53.48577	56.32811	62.48722
33		38.05753	43.74518	47.39988	54.77554	57.64845	63.87010
34		39.14078	44.90316	48.60237	56.06091	58.96393	65.24722
35		40.22279	46.05879	49.80185	57.34207	60.27477	66.61883
36		41.30362	47.21217	50.99846	58.61921	61.58118	67.98517
37		42.38331	48.36341	52.19232	59.89250	62.88334	69.34645
38		43.46191	49.51258	53.38354	61.16209	64.18141	70.70289
39		44.53946	50.65977	54.57223	62.42812	65.47557	72.05466
40		45.61601	51.80506	55.75848	63.69074	66.76596	73.40196
41		46.69160	52.94851	56.94239	64.95007	68.05273	74.74494
42		47.76625	54.09020	58.12404	66.20624	69.33600	76.08376
43		48.84001	55.23019	59.30351	67.45935	70.61590	77.41858
44		49.91290	56.36854	60.48089	68.70951	71.89255	78.74952
45		50.98495	57.50530	61.65623	69.95683	73.16606	80.07673
46		52.05619	58.64054	62.82962	71.20140	74.43654	81.40033
47		53.12666	59.77429	64.00111	72.44331	75.70407	82.72042
48		54.19636	60.90661	65.17077	73.68264	76.96877	84.03713
49		55.26534	62.03754	66.33865	74.91947	78.23071	85.35056
50		56.33360	63.16712	67.50481	76.15389	79.48998	86.66082

Titik Persentase Distribusi Chi-Square untuk d.f. = 51 - 100

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
51		57.40118	64.29540	68.66929	77.38596	80.74666	87.96798
52		58.46809	65.42241	69.83216	78.61576	82.00083	89.27215
53		59.53435	66.54820	70.99345	79.84334	83.25255	90.57341
54		60.59998	67.67279	72.15322	81.06877	84.50190	91.87185
55		61.66500	68.79621	73.31149	82.29212	85.74895	93.16753
56		62.72942	69.91851	74.46832	83.51343	86.99376	94.46054
57		63.79326	71.03971	75.62375	84.73277	88.23638	95.75095
58		64.85654	72.15984	76.77780	85.95018	89.47687	97.03883
59		65.91927	73.27893	77.93052	87.16571	90.71529	98.32423
60		66.98146	74.39701	79.08194	88.37942	91.95170	99.60723
61		68.04313	75.51409	80.23210	89.59134	93.18614	100.88789
62		69.10429	76.63021	81.38102	90.80153	94.41865	102.16625
63		70.16496	77.74538	82.52873	92.01002	95.64930	103.44238
64		71.22514	78.85964	83.67526	93.21686	96.87811	104.71633
65		72.28485	79.97300	84.82065	94.42208	98.10514	105.98814
66		73.34409	81.08549	85.96491	95.62572	99.33043	107.25788
67		74.40289	82.19711	87.10807	96.82782	100.55401	108.52558
68		75.46124	83.30790	88.25016	98.02840	101.77592	109.79130
69		76.51916	84.41787	89.39121	99.22752	102.99621	111.05507
70		77.57666	85.52704	90.53123	100.42518	104.21490	112.31693
71		78.63374	86.63543	91.67024	101.62144	105.43203	113.57694
72		79.69042	87.74305	92.80827	102.81631	106.64763	114.83512
73		80.74670	88.84992	93.94534	104.00983	107.86174	116.09151
74		81.80260	89.95605	95.08147	105.20203	109.07438	117.34616
75		82.85812	91.06146	96.21667	106.39292	110.28558	118.59909
76		83.91326	92.16617	97.35097	107.58254	111.49538	119.85035
77		84.96804	93.27018	98.48438	108.77092	112.70380	121.09996
78		86.02246	94.37352	99.61693	109.95807	113.91087	122.34795
79		87.07653	95.47619	100.74862	111.14402	115.11661	123.59437
80		88.13026	96.57820	101.87947	112.32879	116.32106	124.83922
81		89.18365	97.67958	103.00951	113.51241	117.52422	126.08256
82		90.23670	98.78033	104.13874	114.69489	118.72613	127.32440
83		91.28944	99.88046	105.26718	115.87627	119.92682	128.56477
84		92.34185	100.97999	106.39484	117.05654	121.12629	129.80369
85		93.39395	102.07892	107.52174	118.23575	122.32458	131.04120
86		94.44574	103.17726	108.64789	119.41390	123.52170	132.27732
87		95.49723	104.27504	109.77331	120.59101	124.71768	133.51207
88		96.54842	105.37225	110.89800	121.76711	125.91254	134.74548
89		97.59932	106.46890	112.02199	122.94221	127.10628	135.97757
90		98.64993	107.56501	113.14527	124.11632	128.29894	137.20835
91		99.70026	108.66058	114.26787	125.28946	129.49053	138.43786
92		100.75031	109.75563	115.38979	126.46166	130.68107	139.66612
93		101.80009	110.85015	116.51105	127.63291	131.87058	140.89313
94		102.84960	111.94417	117.63165	128.80325	133.05906	142.11894
95		103.89884	113.03769	118.75161	129.97268	134.24655	143.34354
96		104.94783	114.13071	119.87094	131.14122	135.43305	144.56697
97		105.99656	115.22324	120.98964	132.30888	136.61858	145.78923
98		107.04503	116.31530	122.10773	133.47567	137.80315	147.01036
99		108.09326	117.40688	123.22522	134.64162	138.98678	148.23036
100		109.14124	118.49800	124.34211	135.80672	140.16949	149.44925