



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ETIKA KERJA
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT.BPR KARUNIA
PAKTO KENCONG KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**Irinne Bagus Damayanti
090810301215**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ETIKA KERJA
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT.BPR KARUNIA
PAKTO KENCONG KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Irinne Bagus Damayanti
090810301215

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember

Nama Mahasiswa : Irinne Bagus Damayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 090810301215

Jurusan : Akuntansi / S-1

Tanggal Persetujuan : 05 Oktober 2015

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., MM, Ak.
NIP 19710727 199512 1 001

Kartika. S.E.,M.Sc., Ak.
NIP 19820207 200812 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1-Akuntansi,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., MM., Ak.

NIP. 197107271995121001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah Swt, dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsiku ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasihku kepada :

1. Ibunda ku Sugiarti dan Ayahanda Bagus Prayudianto tercinta, terima kasih atas kasih sayang, dukungan, nasihat dan doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah bagi keberhasilanku ;
2. Adik ku Gilang Akbar Pradiansyah tercinta yang selalu mendukung, serta seluruh keluarga besarku, terima kasih atas segala perhatian dan doanya ;
3. Kakak spesial ku Eric Vega Dewanto, dengan segala dukungan, pengorbanan dan kasih sayangnya, terimakasih telah menjadi penyemangat dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Rekan-rekan sekaligus keluarga keduaku, semua anak kos ANGKASA yang selalu memberiku semangat dan kasih sayang. Serta seluruh teman-teman seperjuanganku AKT 09.
5. Dosen Pembimbing ku bapak Dr. Muhammad Miqdad, SE, MM, Ak. dan ibu Kartika.SE.M.Sc,Ak. yang telah memberikan ilmu, waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing ku dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perhatian dan tanggung jawab yang tinggi;
6. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Karena sebaik-baiknya ilmu adalah yang diamalkan, sebaik-baiknya harta adalah yang disedekahkan, dan sebaik-baiknya manusia adalah yang menebar manfaat bagi sesama.

(HR. Bukhori dan Muslim)

Tak ada masalah yang tak dapat diatasi. Dengan sedikit keberanian, keberanian, kerja sama, dan tekad seseorang dapat mengatasi apapun.

(B.Dogde)

Jadilah petarung muda yang disegani, lalu mendewasa menjadi orang bijak yang sejatinya tetap petarung.

(Mario Teguh)

Hidup adalah perjuangan dan Sabar adalah Kemenangan

(Hitam Putih)

Dalam segala masalah aku mempunyai kekuatan yang mampu menyelesaikannya, dan saat aq tidak tau maksut Tuhan, aku memilih untuk tetap yakin dan percaya.

(Irinne Bagus Damayanti)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irinne Bagus Damayanti

NIM : 090810301215

Jurusan : Akuntansi Reguler-Sore

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 05 Oktober 2015

Yang menyatakan,

Irinne Bagus Damayanti

NIM 090810301215

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ETIKA KERJA
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT. BPR KARUNIA
PAKTO KENCONG KABUPATEN JEMBER**

Oleh
Irinne Bagus Damayanti
NIM 090810301215

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Dr. Muhammad Miqdad, SE, MM, Ak.
Dosen Pembimbing II : Kartika. SE.M.Sc, Ak.

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DN ETIKA KERJA TERHADAP
KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT. BPR KARUNIA PAKTO
KENCONG KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Irinne Bagus Damayanti
NIM : 090810301215
Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal:

02 November 2015

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. Djoko Supatmoko, MM., AK. (.....)
19550227 198403 1 001

Sekretaris : Drs. Imam Mas'ud, MM., Ak. (.....)
19591110 198902 1 001

Anggota : Drs. Sudarno, M.Si., Ak. (.....)
19601225 198902 1 001

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

Irinne Bagus Damayanti

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember dan menganalisis dan mengetahui pengaruh etika kerja terhadap kepercayaan masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Lokasi penelitian yaitu, PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Populasinya adalah para nasabah yang melakukan transaksi atau kegiatan di PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember selama satu minggu pada bulan agustus 2014. Penyebaran kuisioner dilakukan secara langsung dengan mendatangi 50 responden yang menjadi nasabah aktif di PT. BPR Karunia Pakto Kencong. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

a). Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. b). Hasil penelitian menyatakan bahwa etika kerja berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepercayaan, etika kerja.

Irinne Bagus Damayanti

Departement of Accounting, Faculty of Economics, University of Jember

ABSTRAK

The effect of service quality and work ethic towards customers' dependence in PT BPR PakTo Kencong, Jember regency

The purpose of this research is to analyze and to find out the effect of service quality towards public dependence so they interested to become a customer of BPR Karunia Pakto Kencong, Jember regency, and to analyze and to find out the effect of work ethic towards public dependence so they interested to become a customer in BPR karunia pakto kencong, jember regency. The research location is in bpr karunia pakto kencong, jember regency. The population is customers who conduct transaction or activity for one week in August 2014 at BPR pakto kencong jember regency. Questionnaire is done directly by visiting 50 respondents that is bpr karunia pakto's active customers. The analysis tools that is used is multiple linear regression analysis

After analyzed the data, it can be concluded that :

- a) the result of the research states that the service quality has a significant effect towards customers' dependence at pt bpr karunia pakto kencong jember regency.*
- b) the result of the effect states that work ethic has a significant effect towards customers dependence.*

Keywords : *service quality, dependence, work ethic*

RINGKASAN

pengaruh kualitas pelayanan dan etika kerja terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember; Irinne Bagus Damayanti; 090810301215; 56 Halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Etika kerja adalah sikap kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak hanya dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok, bahkan masyarakat. Hal yang mendasari etika kerja tinggi diantaranya keinginan untuk menjunjung tinggi mutu pekerjaan, maka individu yang mempunyai etika kerja tinggi akan turut serta memberikan masukan – masukan ide di tempat bekerja. Begitu halnya dengan salah satu lembaga perkreditan rakyat yang ada di kencong kabupaten jember yaitu PT BPR Karunia Pakto Kencong yang merupakan salah satu lembaga yang mempunyai fungsi untuk melayani perkereditan masyarakat. Dengan berkembangnya yang semakin pesat, maka permasalahan yang dihadapi selalu timbul. Permasalahan yang terjadi adalah guna menghadapi persaingan di dunia perbankan yang semakin kompetitif, maka perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan, etika kerja serta promosi melalui media periklanan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah maupun meningkatkan kepuasan nasabah. Ekspektasi pemakaian laporan non keuangan menjadi petunjuk riil tentang interaksi antar manusia dengan kegiatan perusahaan dalam upaya mewujudkan misi dan tujuan perusahaan (Pandia, 2005:43).

Sehubungan dengan penelitian ini, lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu, PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini populasinya adalah para nasabah yang melakukan transaksi atau kegiatan di PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember selama satu minggu pada bulan agustus 2014 Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung dengan mendatangi 50 responden yang menjadi nasabah aktif di PT. BPR Karunia Pakto Kencong.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

a). Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. b). Hasil penelitian menyatakan bahwa etika kerja berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Berpengaruhnya etika kerja terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember mengindikasikan bahwa semakin tinggi etika kerja yang dimiliki dan ditunjukkan oleh karyawan PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember maka kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember semakin baik.

PRAKATA

Bismillahirrahmannirrahim,

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember”**.

Penyusunan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penyelesaian laporan ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan baik dalam hal penyajian data maupun dalam hal penulisan. Untuk itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan laporan ini. Namun demikian, penulis juga telah dibantu oleh berbagai pihak dalam penyelesaian laporan ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang pertama dan teristimewa, penghargaan dan ucapan terima kasih kepada kedua orang tuaku, Ayahanda Bagus Prayudianto dan Ibunda Sugiarti atas segala dukungan, semangat, doa, pengertian serta kesabaran yang luar biasa selama ini. Semoga segala pencapaian yang selama ini aku dapatkan dapat membuat Ayah dan Ibu bangga.
2. Bapak Dr. M. Fathorrazi., S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

3. Bapak Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si, Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E, MM, Ak. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Kartika. S.E.M.Sc, Ak.selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan & penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Wahyu Agus Winarno, S.E, M.Sc, Ak. selaku dosen wali yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama studi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta pihak – pihak kampus Universitas Jember
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembacanya.

Alhamdulillahrabillamin

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Jember, 05 September 2015

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
RINGKASAN	xi
PRAKATA.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teoritis.....	7
2.1.1 Peranan Penilaian Kinerja	7
2.1.2 Etika Kerja.....	7
2.1.3 Kualitas Pelayanan	8
2.1.4 Kepercayaan	12

2.1.5 Bank Perkreditan Rakyat.....	13
2.1.6 Manajemen BPR.....	16
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	18
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	20
2.4.2 Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1 Variabel Independent (Variabel bebas).....	25
3.4.2 Variabel Dependen (Terikat).....	26
3.5 Metode Analisis Data	27
3.5.1 Pengujian Instrumen.....	27
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.5.3 Uji Hipotesis.....	29
3.5.4 Koefisien Determinasi	31
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah.....	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Umum PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.....	33
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	34
4.1.3 Statistik Deskriptif.....	36
4.1.4 Hasil Pengujian Instrumen	38
4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	39
4.1.6 Hasil Analisis Linier Berganda	41
4.1.7 Uji F.....	42

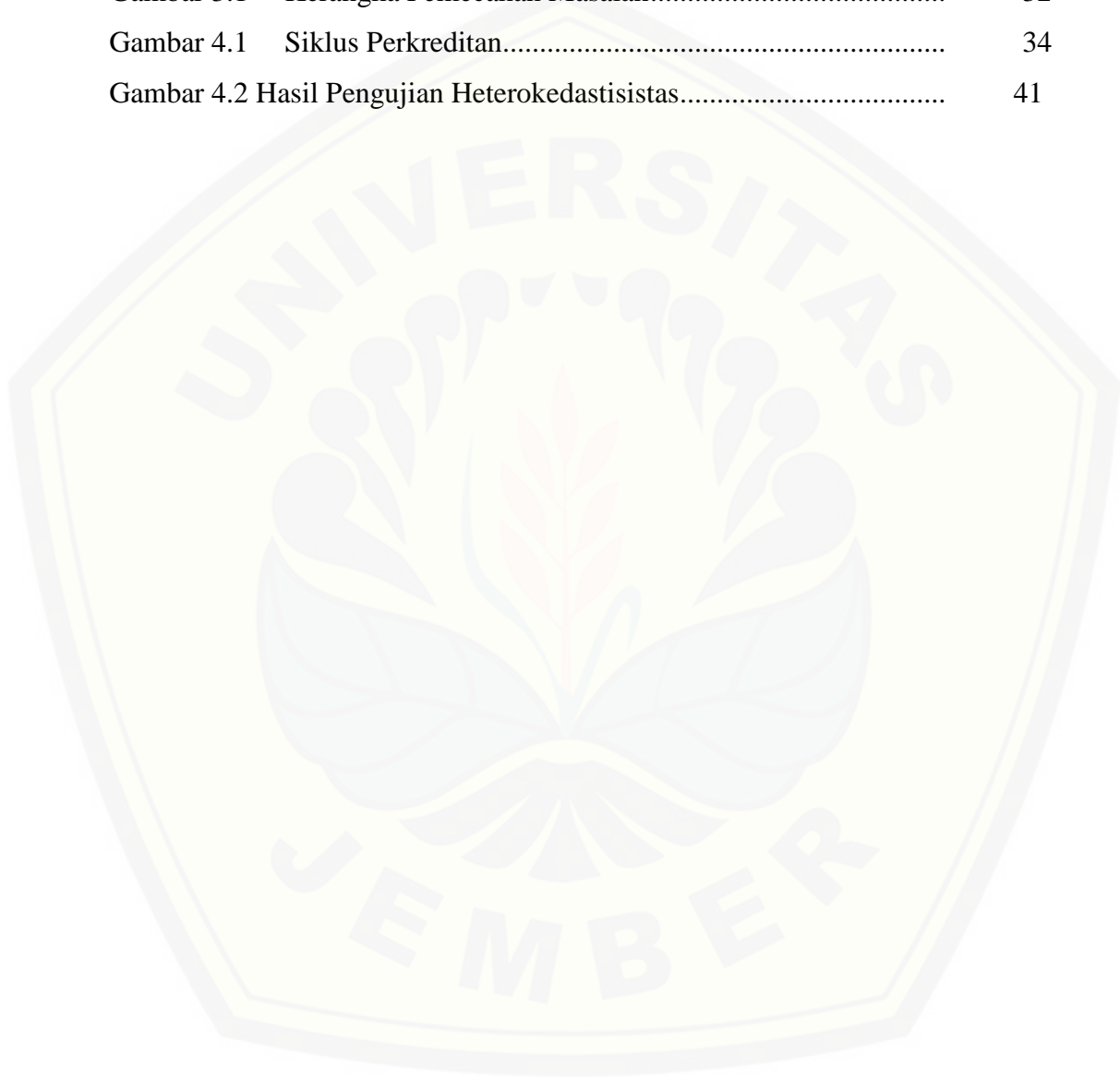
4.1.8 Uji Hipotesis (uji t).....	43
4.1.9 Analisis Determinasi Berganda (R^2)	44
4.2 Pembahasan	44
4.2.1 Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah ...	44
4.2.2 Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Nasabah	46
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Keterbatasan.....	49
5.3 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Deskripsi Proses Pengumpulan Data Kuisisioner.....	35
Tabel 4.2 Gambaran Umum Identitas Responden.....	35
Tabel 4.3 Gambaran Umum Identitas Responden.....	35
Tabel 4.4 Deskriptif Statisitik.....	36
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	38
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	39
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Normalitas.....	40
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	40
Tabel 4.9 Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.10 Hasil Uji F	43
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	44

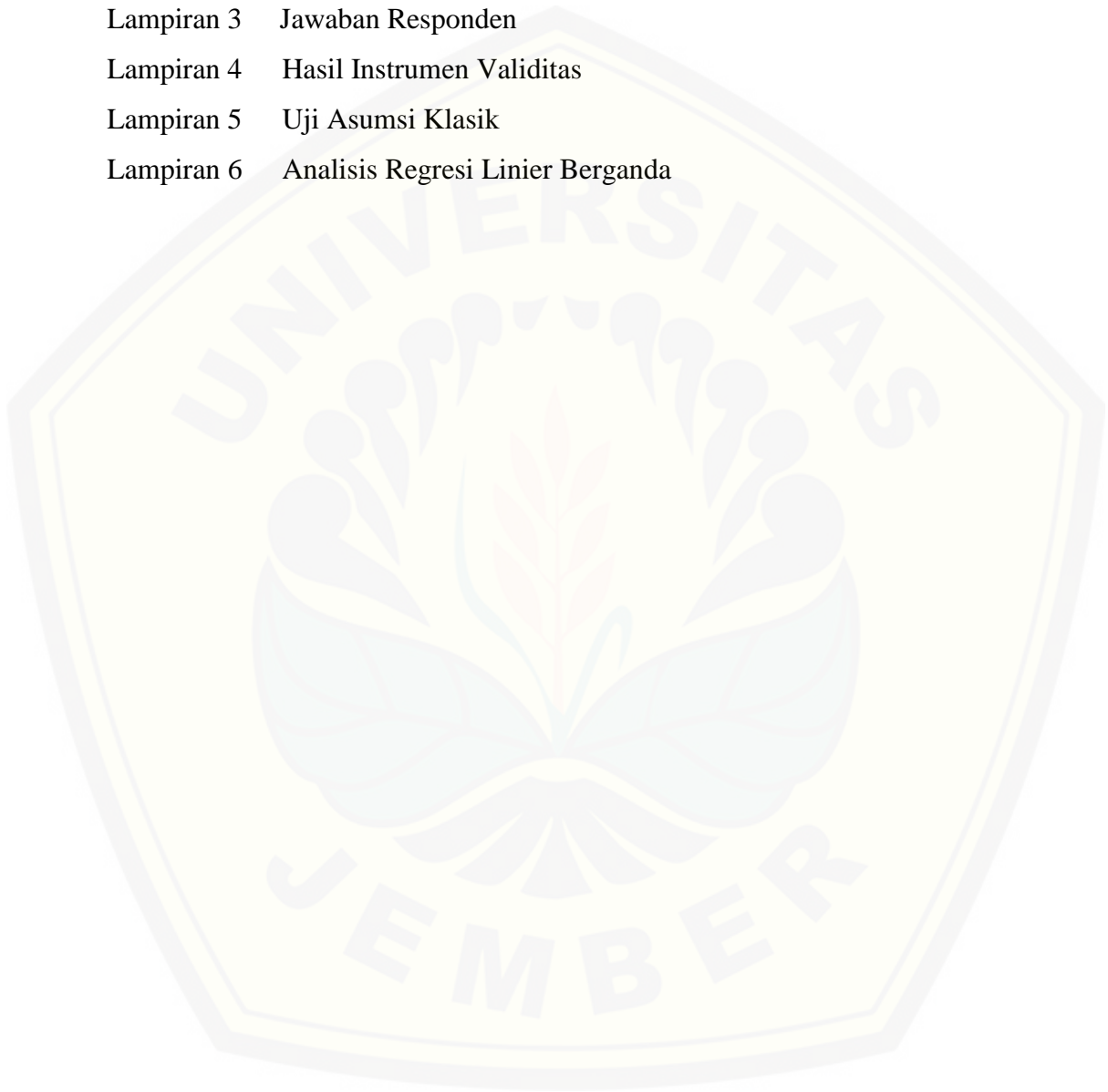
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	32
Gambar 4.1 Siklus Perkreditan.....	34
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuisisioner dan isi kuisisioner
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Instrumen Validitas
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, Indonesia memiliki persoalan tentang kemiskinan. Kemiskinan di Indonesia dapat dilihat dari tiga pendekatan yaitu kemiskinan alamiah, kemiskinan struktural, dan kesenjangan antar wilayah. Persoalan kemiskinan lebih dipicu oleh rendahnya kesempatan dan peluang kerja bagi angkatan kerja di lingkungan masyarakat. Upaya untuk menaggulangnya harus menggunakan pendekatan multi disiplin yang berdimensi pemberdayaan. Pemberdayaan yang tepat harus memadukan aspek-aspek penyadaran, peningkatan kapasitas, dan pendayagunaan (Direktorat Jendral Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, 2007).

Persaingan di dunia bisnis sekarang lagi gencar-gencarnya. Meningkatnya persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya jumlah bank dan bervariasinya persaingan produk atau jasa yang ditawarkan, salah satunya adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Perkreditan Rakyat sebagai salah satu bank yang melaksanakan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Dendawijaya, 2005:5). Fungsi dari bank sebagai lembaga keuangan adalah lembaga yang membantu melancarkan pertukaran barang-barang dan jasa serta menyalurkan tabungan investasi. Dengan maraknya persaingan tersebut, perusahaan perbankan harus menerapkan strategi dengan baik apabila pelanggan ingin tetap percaya dan konsisten tetap menjadi pelanggan di Bank tersebut yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka perusahaan perbankan tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan dan etika kerja.

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepercayaan untuk setiap pelanggan agar tetap ingin menjadi nasabah di perusahaan tersebut. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk barang dan jasa, maka konsumen memiliki banyak pilihan yang semakin banyak. Semakin ketat pula persaingan yang ada di dalam dunia bisnis. Perusahaan harus mampu bersaing dengan keadaan yang ada agar tetap

mampu bertahan dengan keadaan yang ada. Kepercayaan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan konsumen terhadap kinerja produk dan harapan pelanggan. Konsumen adalah pihak yang memaksimumkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut. Pelanggan akan tetap membeli diperusahaan yang mereka anggap memberikan nilai bagi pelanggan yang tertinggi. Sebagai lembaga publik yang berhubungan secara langsung dengan masyarakat, maka bank membutuhkan kepercayaan dari masyarakat selaku konsumen mereka sendiri sehingga aktifitas perbankan sebagai titik nadi perekonomian bangsa dapat berjalan dengan lancar. Untuk memperoleh kepercayaan dari pelanggan atau masyarakat, maka bank harus memiliki struktur organisasi yang jelas serta pengelolaan yang jelas baik dalam bidang pelayanan, strategi pemasaran yang baik, keuangan yang dikelola dengan prinsip kehati-hatian, serta inovasi produk yang menarik dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Menurut Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Royne dalam Suryani (2001:273), “Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah ditiru”. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang baik bagi setiap pelanggannya, bila dibandingkan dengan pesaingnya. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver (dalam Engel, et, al 1993). Ada lima faktor dominan penentu kualitas jasa (Kotler, 2009:231) yaitu : kehandalan (*Reliability*), daya Tanggap (*Responsiveness*), kepastian (*Assurance*), empati (*Empathy*), dan bukti Fisik (*Tangible*). Menurut Tjiptono (2002:275) mengidentifikasi lima aspek kualitas jasa yang terdiri dari faktor fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan personil karyawan. Kehandalan, merupakan kemampuan melakukan layanan jasa yang diharapkan meyakinkan, akurat dan konsisten. Daya tanggap, ditunjukkan dari kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan membantu pelanggan.

Jaminan, terlihat dari sopan santun dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian layanan dan kepercayaan. Empati, terlihat dari perhatian individual dari pihak penyedia jasa kepada pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola kualitas layanan serta etika kerja dalam perusahaan.

Etika kerja adalah sikap kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak hanya dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok, bahkan masyarakat. Etika dibentuk oleh kebiasaan, pengaruh budaya, serta sistem nilai yang diyakini (Tasmara dalam Wijajanti, 2012). Etika kerja yang tinggi tentunya rutinitas tidak akan membuat bosan, bahkan mampu meningkatkan prestasi kerja atau kinerjanya. Hal yang mendasari etika kerja tinggi diantaranya keinginan untuk menjunjung tinggi mutu pekerjaan, maka individu yang mempunyai etika kerja tinggi akan turut serta memberikan masukan – masukan ide di tempat bekerja.

Begitu halnya dengan salah satu lembaga perkreditan rakyat yang ada di kencong kabupaten jember yaitu PT BPR Karunia Pakto Kencong yang merupakan salah satu lembaga yang mempunyai fungsi untuk melayani perkreditan masyarakat. Dengan berkembangnya yang semakin pesat, maka permasalahan yang dihadapi selalu timbul. Permasalahan yang terjadi adalah guna menghadapi persaingan di dunia perbankan yang semakin kompetitif, maka perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan, etika kerja serta promosi melalui media periklanan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah maupun meningkatkan kepuasan nasabah. Ekspektasi pemakaian laporan non keuangan menjadi petunjuk riil tentang interaksi antar manusia dengan kegiatan perusahaan dalam upaya mewujudkan misi dan tujuan perusahaan (Pandia, 2005:43).

Usaha perkreditan sebagai salah satu lembaga keuangan menjadi penting peranannya karena dari kegiatan usaha ini diharapkan dapat semakin meningkatkan pengaliran dana dari masyarakat untuk pembiayaan pembangunan. Kebutuhan akan jasa perkreditan merupakan salah satu sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi kebutuhan masyarakat yang

paling mendasar seperti memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Sehingga saat ini banyak dari masyarakat yang tertarik untuk menggunakan jasa dari usaha perkreditan guna memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu usaha perkreditan yang banyak diminati oleh masyarakat adalah pada PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember yang bergerak dalam pelayanan jasa perkreditan baik dalam hal penyaluran kredit kepada masyarakat. Pada badan usaha perkreditan ini telah cukup lama hadir dalam kehidupan masyarakat yang menjanjikan peningkatan taraf hidup masyarakat. Hal ini dikarenakan, dengan adanya usaha perkreditan pada kehidupan masyarakat seperti PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember dapat membantu masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan pokok mereka maupun dalam memenuhi kebutuhan sekunder masyarakat.

Adanya suatu usaha perkreditan dalam kehidupan masyarakat sangat membantu masyarakat dalam menghadapi masalah perekonomian. Sehingga hampir seluruh dari masyarakat saat ini yang banyak menggunakan usaha perkreditan. Untuk dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat tentang badan perkreditan yang ada di masyarakat, maka masyarakat harus mengetahui terlebih dahulu tentang sistem kinerja, kualitas pelayanan mengenai badan perkreditan tersebut.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember karena pada PT BPR Karunia Pakto Kencong tersebut juga merupakan salah satu BPR yang ada di Kencong Kabupaten Jember yang memiliki karyawan yang cukup banyak, selain itu pada BPR tersebut merupakan salah satu BPR yang memiliki nasabah cukup besar di daerah Kencong Kabupaten Jember yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Adanya kinerja non keuangan yang ada pada PT. BPR Karunia Pakto Jember tersebut dapat dilihat dari kinerja karyawan, kualitas pelayanan, serta etika kerja pada BPR tersebut.

Dari uraian di atas, maka kinerja non keuangan sangat penting untuk dianalisis agar dapat memberikan referensi bagi para calon nasabah atau masyarakat pada PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember merupakan

suatu badan usaha perkreditan yang dapat mengelola dana masyarakat dengan baik, serta dapat membantu masyarakat dalam menghadapi masalah perekonomian. Serta memberi pengetahuan baru guna menghadapi persaingan di dunia perbankan, maka perusahaan tersebut perlu meningkatkan kualitas pelayanan, periklanan, serta etika kerja.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember?
- b. Bagaimana pengaruh etika kerja terhadap kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah di PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.
- b. Menganalisis dan mengetahui pengaruh etika kerja terhadap kepercayaan masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, antara lain bagi instansi/perusahaan yang bersangkutan, akademik, dan peneliti.

- a. Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan dimasa yang akan datang, khususnya dalam bidang non keuangan.
- b. Bagi akademik

Sebagai informasi dan referensi untuk penelitian berikutnya yang memiliki kaitan dalam bidang manajemen terutama masalah penilaian kinerja non keuangan perusahaan.

c. Bagi peneliti

Sebagai penerapan terhadap teori kinerja non keuangan perusahaan dan diharapkan dapat memberi tambahan ilmu, pengalaman, wawasan mengenai kinerja non keuangan.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Peranan Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengetahui performa atau prestasi perusahaan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan langkah-langkah taktis maupun strategis apabila melihat gejala yang cenderung merugikan atau menurunkan prestasi perusahaan. Mangkunegara (2006:10) mengemukakan bahwa tujuan penilaian kinerja adalah untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja melalui peningkatan kinerja dari Sumber Daya Manusia (SDM).

2.1.2 Etika kerja

Pengertian etika kerja

Etika berarti sikap kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak hanya dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok, bahkan masyarakat. Etika dibentuk oleh kebiasaan, pengaruh budaya serta sistem nilai yang diyakini (Tasmara dalam Wijajanti, 2012). Menurut Griffin dan Ebert (2006:58) pengertian “etika” merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal lainnya. Nilai-nilai dan moral pribadi perorangan dan konteks sosial menentukan apakah suatu perilaku tertentu dianggap sebagai perilaku yang etis atau tidak etis.

Menurut Alvin (2006:108) terdapat beberapa prinsip etis, antara lain:

- a. Tanggung Jawab. Dalam mengemban tanggungjawabnya sebagai profesional, para anggota harus melaksanakan pertimbangan profesional dan moral yang sensitif dalam semua aktivitas mereka.
- b. Kepentingan Publik. Para anggota harus menerima kewajiban untuk bertindak sedemikian rupa agar dapat melayani kepentingan publik, serta menunjukkan komitmennya dan profesionalnya.

- c. Integritas. Untuk mempertahankan dan memperluas kepercayaan publik, para anggota harus melaksanakan seluruh tanggung jawab profesionalnya dengan tingkat integritas tinggi.
- d. Objektivitas dan Independensi. Anggota harus mempertahankan objektivitas dan bebas dari konflik kepentingan dalam melaksanakan tanggung jawab profesionalnya.
- e. Keseksamaan. Anggota harus mempertahankan standar teknis dan etis profesi, terus berusaha keras meningkatkan kompetensi dan mutu jasa yang diberikannya, serta melaksanakan tanggungjawab professional serta sesuai dengan kemampuan terbaiknya.
- f. Ruang Lingkup dan Sifat Jasa. Anggota yang berpraktik bagi publik harus memperhatikan prinsip-prinsip Kode Perilaku Profesional dalam menentukan ruang lingkup dan sifat jasa yang akan disediakan.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat, maka baik bank pemerintah maupun bank swasta melakukan berbagai strategi guna memikat calon nasabah maupun nasabah tetap agar nasabah sebagai konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan harus menjadi prioritas perusahaan agar mampu bertahan dan tetap terjaga kepercayaan dari masyarakat untuk menjadi nasabah maupun dari nasabah tetap. Apabila masyarakat sebagai konsumen pada saat ini dihadapkan pada banyaknya pilihan produk dan jasa yang mereka beli, konsumen akan memilih produk atau jasa berdasarkan persepsi mereka akan kualitas atau mutu dari pelayanan. Konsumen akan merasa puas apabila harapan mereka terpenuhi atau malah lebih dari apa yang mereka harapkan, mereka akan lebih loyal terhadap perusahaan kita. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat dilakukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml.

Menurut Kotler (2009:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain, yang pada

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

Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2007:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen. Deming dalam Tjiptono (2007:7) mendefinisikan kualitas menurut konteks, persepsi *customer* dan kebutuhan serta kemauan *customer*, yaitu :

- a. Kualitas bergantung pada apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh *customer*.
- b. Kualitas adalah penilaian subyektif *customer*. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi pelanggan atau *customer* dalam melihat serta merasakan apa yang sudah didapat terhadap produksi atau jasa. jadi yang penting adalah bagaimana produk atau jasa dipersepsikan oleh *customer* dan kapan persepsi *customer* berubah.
- c. Kualitas tidak dapat didefinisikan apabila tidak dikaitkan dengan suatu konteks tertentu. Kualitas adalah suatu karakteristik atau atribut dari pada sesuatu. Jadi untuk mendefinisikan kualitas terlebih dahulu harus menentukan sesuatu.

Sistem kualitas modern dibagi menjadi 3 bagian : Gazpers (1997) dalam Tjiptono (2007:98)

- a. Kualitas Konformans

Kualitas ini mengacu kepada pembuatan produk atau pemberian jasa pelayanan yang memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya pada tahap desain itu. Dengan demikian kualitas konformans menunjukkan sejauh mana produk yang dibuat memenuhi tau sesuai dengan spesifikasi produk. Pada umumnya bagian-bagian produksi,

perencanaan, dan pengendalian produksi, pembelian dan pengiriman memiliki tanggung jawab utama untuk kualitas konformans itu.

b. Kualitas pemasaran dan pelayanan purna jual

Berkaitan dengan tingkat sejauh mana dalam penggunaan produk itu memenuhi ketentuan dasar tentang pemasaran, pemeliharaan dan pelayanan purna jual.

c. Kualitas desain

Pada dasarnya mengacu kepada aktivitas-aktivitas yang menjamin bahwa produk dimodifikasi didisain sedemikian rupa untuk memenuhi keinginan dan harapan-harapan pelanggan serta secara ekonomis layak untuk diproduksi atau dikerjakan. Dengan demikian kualitas desain adalah kualitas yang direncanakan. Kualitas desain itu akan menentukan spesifikasi produk dan merupakan dasar pembuatan keputusan yang berkaitan dengan segmen pasar, spesifikasi penggunaan, serta pelayanan purna jual. Kualitas desain pada umumnya merupakan tanggung jawab dari bagian riset dan pengembangan (R&D), rekayasa proses, riset pasar (marketing research) dan bagian-bagian lain yang berkaitan.

Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan kualitas adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

Faktor-faktor Kualitas Pelayanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Umar, 2008 : 8-9), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

1. *Tangibles*

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini

akan menumbuhkan kesan penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak nama baik perusahaan.

Jadi yang dimaksud dengan dimensi *tangibles* adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dalam komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari *tangibles* meliputi penampilan fisik meliputi, gedung, ruangan-ruangan kerja, tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan penampilan karyawan.

2. *Reliability*

Reliability atau kendala merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsure dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3. *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh para karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menimbulkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki dan meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi itu menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan para konsumen.

4. *Assurance*

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap

kemampuan penyedia jasa. perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen, jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5. *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

2.1.4 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Membentuk kepercayaan konsumen merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Menurut Moorman, Deshpande, dan Zaltman (2007), kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Menurut Mowen dan Minor (2002:312), “kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”.

Kepercayaan didefinisikan oleh Moorman, Deshpande dan Zaltman (193 : 82) sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Gren (dalam Peppers and Rogers, 204:73) menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:

- a. *Kredibilitas*. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “ saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai” bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.
- b. *Reliabilitas*. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliable atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu / organisasi. *Reliabilitas* harus dilakukan dengan tindakan; “ saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya” Bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability* dan *familiarity*
- c. *Intimacy*. Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya internal consistency, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan

2.1.5 Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Pengertian Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Menurut Undang-Undang Perbankan No.14 tahun 1967, pengertian bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Selanjutnya berdasarkan penjelasan tentang Undang-Undang Perbankan yang baru yaitu Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 maka dilakukan langkah-langkah penyempurnaan tata perbankan di Indonesia diantaranya adalah langkah-langkah penyederhanaan jenis bank menjadi bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR) serta memperluas ruang lingkup dan batas kegiatan yang dapat diselenggarakannya. Menurut Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (Kasmir,2004:87).

Sehubungan dengan penyederhanaan jenis bank yang terdapat di Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 yang disempurnakan

lagi menjadi Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998 maka jenis bank yang terdapat di Indonesia adalah bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR).

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan menyebutkan bahwa :

- a. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- b. BPR adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Jenis dan Bentuk Hukum BPR

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No 10 tahun 1998 (dalam Irmayanto, 2004:43), BPR dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. BPR Badan Kredit Desa, terdiri dari :
 - a. Bank Desa
 - b. Lumbung Desa
2. BPR Bukan Badan Kredit Desa, terdiri dari :
 - a. BPR eks LDKP
 - b. Bank Pasar
 - c. BKPD (Bank Karya Produksi Desa)
 - d. Bank Pegawai
3. LDKP (Lembaga Dana dan Kredit Pedesaan)

Adapun bentuk hukum pada Bank Perkreditan Rakyat adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Daerah
2. Koperasi
3. Perseroan Terbatas

4. Bentuk Lain yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah

Fungsi dan Kegiatan BPR

Adapun fungsi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menurut Manurung dan Rahardja (2004:43) adalah sebagai berikut:

1. Memberi pelayanan perbankan kepada masyarakat yang sulit atau tidak memiliki akses ke bank umum.
2. Membantu pemerintah mendidik masyarakat dalam memahami pola nasional agar ekselaborasi pembangunan di sektor pedesaan dapat lebih dipercepat.
3. Menciptakan pemerataan kesempatan berusaha terutama bagi masyarakat pedesaan.
4. Mendidik dan mempercepat pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan lembaga keuangan formal sehingga terhindar dari jeratan rentenir.

Kegiatan usaha yang diperkenankan bagi BPR secara umum adalah sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit.
3. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah.
4. Menempatkan dananya dalam bentuk SBI, deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bentuk lain.

Selain itu, pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) juga terdapat beberapa usaha yang dilarang dilakukan oleh pihak BPR. Menurut Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992, kegiatan atau usaha yang dilarang bagi BPR adalah sebagai berikut:

1. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
2. Melakukan kegiatan usaha dalam bentuk valuta asing.
3. Melakukan usaha perasuransian.
4. Melakukan penyertaan modal.
5. Melakukan usaha lain di luar kegiatan yang ditetapkan di atas.

Tujuan Pendirian BPR

Suatu badan usaha perti pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR), tujuan didirikan badan usaha tersebut memiliki tujuan utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan utama masyarakat. Pendirian BPR menurut Irmayanto (2004:87) memiliki suatu tujuan adalah sebagai berikut:

1. Diarahkan untuk memenuhi kebutuhan jasa pelayanan perbankan bagi masyarakat pedesaan.
2. Menunjang pertumbuhan dan modernisasi ekonomi pedesaan sehingga para petani, nelayan dan para pedagang kecil di desa dapat terhindar dari lintah darat, pengijon dan pelepas uang.
3. Melayani kebutuhan modal dengan prosedur pemberian kredit yang mudah dan sesederhana mungkin sebab yang dilayani adalah orang-orang relatif rendah pendidikannya.
4. Ikut serta memobilisasi modal untuk keperluan pembangunan dan turut membantu rakyat dalam berhemat dan menabung dengan menyediakan tempat yang dekat, aman, dan mudah untuk menyimpan uang bagi penabung kecil

2.1.6 Manajemen BPR

Manajemen pada suatu Badan Perkreditan Rakyat (BPR) menurut Pandia (2005:56) terdiri dari dua jenis manajemen adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Umum

Pada manajemen umum diarahkan untuk melihat kualitas manajemen organisasi suatu bank yang meliputi:

a. Strategi/sasaran

Kebijaksanaan umum yang tercermin dalam rencana kerja satu tahun dan strategi pencapaiannya. Rencana tersebut harus mencerminkan kondisi ekonomi suatu daerah dimana bank berlokasi, sasaran dan strategi untuk merealisasikan kelancaran pelaksanaan tugas.

b. Struktur

Pembagian fungsi dan tugas yang mencerminkan seluruh kegiatan BPR. Termasuk dalam unsur ini adalah batas tugas dan wewenang yang menjamin kelancaran pelaksanaan tugas.

c. Sistem

Keseluruhan sistem operasional yang digunakan dalam pelaksanaan tugas masing-masing satuan kerja operasional seperti sistem akuntansi, sistem penghimpunan dan penanaman dana, serta sistem pengamanan terhadap dokumen-dokumen penting maupun sistem pengawasan yang berkaitan.

d. Kepemimpinan

Gaya dan semangat kepemimpinan yang dominan dalam pengelolaan BPR. Termasuk didalamnya adalah kemampuan manajerial direksi dalam mengelola sumber daya (human, capital, technology) yang dimiliki oleh BPR.

2. Manajemen Resiko

Pada manajemen resiko diarahkan untuk meminimumkan resiko yang dihadapi oleh BPR dengan memperhatikan prinsip kehati-hatian yang meliputi:

a. Resiko Likuiditas

Meliputi penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengendalikan resiko yang dihadapi BPR dalam menyediakan alat-alat likuid untuk dapat memenuhi kewajiban-kewajibannya serta kemampuan memenuhi permintaan kredit yang diajukan tanpa terjadi penangguhan.

b. Resiko Kredit

Meliputi penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengendalikan resiko keuangan yang mungkin timbul karena debitur cidera janji atau gagal memenuhi kewajibannya kepada BPR.

c. Resiko Operasional

Meliputi penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengendalikan resiko yang timbul akibat BPR tidak konsisten mengikuti aturan-aturan yang berlaku.

d. Resiko Hukum

Meliputi penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengendalikan resiko yang timbul akibat BPR kurang memperhatikan persyaratan-persyaratan hukum yang memadai dalam penyelenggaraan kegiatan BPR.

e. Resiko Pemilik dan Pengurus

Meliputi penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengendalikan resiko yang timbul bagi BPR karena sikap, karakter atau pandangan pemilik pengurus yang selalu berupaya mencari peluang untuk memanfaatkan BPR untuk kepentingan pribadi.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Hermanto (2009) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan SIMPEDA Bank JATENG). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap komitmen, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Variana (2010) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Debitur Modal Kerja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo Tbk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh dengan kepuasan debitur modal kerja PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan kepuasan debitur modal kerja PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo melalui kepercayaan sebagai variabel intervening. Hasil ini mengindikasikan jika perusahaan mampu memberikan pelayanan terbaik kepada debitur maka kepercayaan debitur terhadap bank akan semakin baik sehingga berdampak pada

meningkatnya kepuasan debitur dalam menggunakan kredit di PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo.

Jeffry (2013) melakukan penelitian tentang Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Dealer Mobil Nissan Basuki Rahmat Surabaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara etika perilaku penjual terhadap kepuasan pelanggan, adanya pengaruh yang signifikan antara etika perilaku penjual terhadap kepercayaan pelanggan.

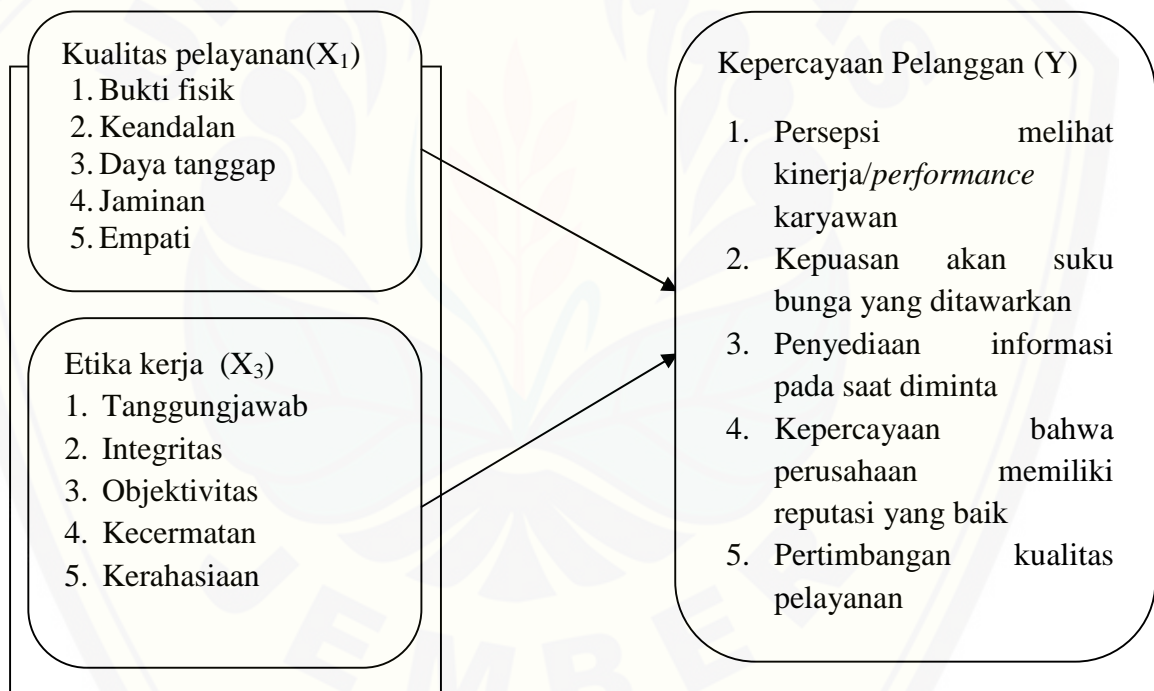
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Variabel	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
Hermanto (2009)	Kualitas layanan, komitmen, kepercayaan, loyalitas	Nasabah Tabungan SIMPEDA Bank JATENG	kualitas layanan berpengaruh positif terhadap komitmen, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
Variana (2010)	Kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan	PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo Tbk	terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> dengan kepuasan debitur modal kerja PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo melalui kepercayaan sebagai variabel intervening
Jeffry (2013)	Etika perilaku, loyalitas, kepuasan dan kepercayaan	Pelanggan Pada Dealer Mobil Nissan Basuki Rahmat Surabaya	adanya pengaruh yang signifikan antara etika perilaku penjual terhadap kepuasan pelanggan, adanya pengaruh yang signifikan antara etika perilaku penjual terhadap kepercayaan pelanggan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Untuk dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah, maka pihak PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember perlu menyusun suatu strategi *marketing* yang tepat, terpadu, dan berkesinambungan, diantaranya dengan meningkatkan faktor kualitas pelayanan, etika kerja, dan periklanan.

Untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara masing-masing variabel dapat dilihat pada kerangka pikir berikut ini :



Gambar 2.1 Kerangka pikir

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan

Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan system pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Duffy (1998, dalam Jeffry, 2013), berpendapat bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterima dari perusahaan. Lebih jauh Duffy menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui perbedaan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya, dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterimanya. Menurut Moorman dan kawan-kawan (1993), kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya berlandaskan atas keyakinan. Pendapat tersebut dapat menggambarkan penelitian yang dilakukan oleh Rotter's yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan. Penelitian yang dilakukan Sharma dan Patterson mengemukakan bahwa untuk mendapatkan kepercayaan yang merupakan salah satu komponen *relationship marketing* hendaknya didorong oleh kualitas teknis dan fungsional yang memadai.

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan

2.4.2 Pengaruh Etika kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hill *et al*, (1998) dalam Pratiwi (2012) menyatakan bahwa perilaku etika merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan

masalah moral yang kompleks. Menurut Rousseau *et al*, (1998) dalam Kaola (2012) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Penelitian Jefry (2013) menunjukkan bahwa semakin bagus sales menerapkan etika perilaku dalam menjualnya maka tingkat kepercayaan pelanggan pada dealer nissan Basuki Rahmat Surabaya juga akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik maka pelanggan merasa di hargai dan di hormati maka pelanggan akan percaya kepada penjual dan menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari penjual.

H₂: Etika kerja berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Sehubungan dengan penelitian ini, lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu, PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Penetapan objek penelitian pada lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi tersebut dapat mewakili permasalahan yang ada dalam penelitian ini, selain itu PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini dimulai dari bulan Agustus 2014, sebesar 200 responden.

3.2 Populasi dan Smpel

Populasi menurut Supranto (2001:18) adalah jumlh objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Dalam penelitian ini populasinya adalah para nasabah yang melakukan transaksi atau kegiatan di PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember selama satu minggu pada bulan agustus 2014, dimana sampel sudah cukup mewakili populasi yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

E = Tingkat Kesalahan sebesar 0,1 (ketentuan kesalahan yang dapat ditoleransi adalah 0,1)

Besarnya populasi diketahui sebesar 200 orang. Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah :

$$\frac{200}{1+200 \times 0,1^2} \quad \frac{200}{1+(200) \times (0,01)}$$

$$\frac{200}{4} = 50 \rightarrow n = 50$$

Teknik diambil karena dapat dihitung dengan proporsional dan bisa mewakili sampel yang lain dan tidak menutup kemungkinan bahwa nasabah lain akan diberi kesempatan untuk yang datang dihari setelah penelitian atau sebelum penelitian. Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian adalah nasabah yang aktif di BPR Karunia Pakto sebesar 50 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2001 :60). Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung dengan mendatangi 50 responden yang menjadi nasabah aktif di PT. BPR Karunia Pakto Kencong.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi dan kuesioner. Metode dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data dengan cara mengkaji dan mencari gambaran umum PT BPR Pakto Kencong di Kabupaten Jember yang didapatkan dari internet dan instansi yang berkaitan. Sedangkan untuk metode kuesioner adalah salah satu cara pengambilan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan memberikan respon terhadap daftar pertanyaan tersebut. Pengumpulan data yang dipeloreh dengan cara mengajukan daftar pertanyaan kepada nasabah.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat diuji. Variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai atau memiliki bermacam-macam nilai atau segala sesuatu yang memnjadi pengamatan penelitian. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

3.4.1. Variabel independent (variabel bebas), terdiri dari:

a) Kualitas Pelayanan (X_1).

tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen (Wyckof dalam Tjiptono, 2001:59). Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skor terendah (angka 1) menunjukkan kondisi sangat tidak setuju dan skor tertinggi (angka 5) menunjukkan kondisi sangat setuju. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui instrumen atau indikator yang diadopsi dari parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Umar, 2008 : 8-9).

Indikator-indikator tersebut antara lain:

1. *Tangibles* adalah semua hasil atau produk yang dapat dilihat/dirasakan oleh pelanggan yang mana dalam penelitian ini diproksikan dengan pelayanan nyata dari karyawan BPR kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan.
2. *Reliability* adalah prosedur peminjaman kredit pada PT BPR Karunia Pakto Kencong mudah di penuhi
3. *Responsiveness* adalah kecepatan dan ketepatan BPR dalam menangani keluhan berkaitan dengan pelayanan.
4. *Assurance* adalah kemampuan dari BPR untuk menumbuhkan rasa percaya dari konsumen berupa perilaku yang mencerminkan profesionalisme.
5. Empati adalah kemampuan para penyedia jasa dalam hal ini BPR dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dalam menyampaikan dengan lugas informasi yang diminta nasabah terkait dengan aturan kredit.

b) Etika Kerja (X_2).

Etika berarti sikap kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu (Tasmara dalam Widjajanti, 2008). Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skor terendah (angka 1) menunjukkan kondisi sangat tidak setuju dan skor tertinggi (angka 5) menunjukkan kondisi sangat setuju. Pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian ini diukur melalui instrumen atau indikator yang diadopsi dari penelitian Hermanto (2009)

Indikator-indikator tersebut antara lain:

1. Tanggung jawab, adalah melaksanakan pertimbangan profesional dan moral yang sensitif dalam semua aktivitas mereka berupa menjaga kerahasiaan data nasabah yang melakukan pinjaman.
2. Integritas, adalah melaksanakan seluruh tanggung jawab profesionalnya dengan tingkat integritas tinggi dengan disiplin dalam menjalankan tugas dan kewajiban-kewajibannya.
3. Objektivitas, adalah menilai nasabah dengan cara pandang yang sesungguhnya tanpa ada campur tangan penilaian dari pihak lain berupa Karyawan konsisten untuk menentukan keputusan kepada calon nasabah yang akan melakukan kredit pinjaman pada bank.
4. Kecermatan, adalah ketelitian dalam menilai calon nasabah.
5. Kerahasiaan adalah menjaga keamanan data peminjam

3.4.2. Variabel Dependent (Variabel Terikat) yaitu Kepercayaan Pelanggan dalam memutuskan (Y)

adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skor terendah (angka 1) menunjukkan kondisi sangat tidak setuju dan skor tertinggi (angka 5) menunjukkan kondisi sangat setuju. Nilai informasi dalam penelitian ini diukur melalui instrumen atau indikator yang diadopsi dari penelitian Variana (2010).

Indikator-indikator tersebut antara lain:

1. Persepsi melihat kinerja/*performance* karyawan dalam bentuk kepercayaan.
2. Kepuasan akan suku bunga yang ditawarkan
3. Penyediaan informasi pada saat diminta
4. Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik karena keamanan dan kenyamanan terjaga.
5. Pertimbangan kualitas pelayanan bahwa bahwasanya karyawan akan berlaku adil untuk memberi pinjaman sesuai dengan penghasilan nasabah.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Pengujian Instrumen

Dalam penelitian ini data dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif, dimana kuisisioner yang telah terkumpul diolah dalam bentuk tabulasi dengan memberikan bobot jawaban pada masing-masing pernyataan. Dari tabulasi data tersebut dihasilkan keluaran-keluaran berupa angka yang selanjutnya dianalisis melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Setelah kuisisioner terkumpul untuk melakukan analisis data perlu dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Kedua pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sesuai dengan yang diukur dan juga konsistensi dengan data.

a) Uji Validitas.

Uji validitas merupakan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Singarimbun dan Effendi (1995)). Uji validitas dilakukan dengan korelasi skor individu yang diperoleh masing-masing item/pertanyaan dengan skor total dari masing-masing item dengan menggunakan teknik korelasi person. Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika mempunyai nilai koefisien (rhitung) $>$ (rtabel), selain itu validitas dapat dilihat dari nilai signifikan jika nilai signifikan 5% atau 0,05 maka item itu dapat dikatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji kebebasan pengukuran dari kesalahan random sehingga menghasilkan bentuk yang konstan. Suatu alat ukur dinyatakan konsisten dan dapat diandalkan jika alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang sama bila digunakan untuk mengukur ulang objek yang sama. Tujuan dilakukan reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur (kuisisioner). Suatu instrument dikatakan reliable jika mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 (Ghozali, 2006:123). Teknik *cronbach alpha* menunjukkan indeks konsistensi internal yang akurat, cepat, dan ekonomis.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Agar penggunaan analisis regresi ini tidak bias atau tidak terjadi pelanggaran terhadap asumsi tersebut, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji kenormalan distribusi data untuk menghindari bias dan mengetahui apakah data yang dijadikan sampel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Komolgorov-smirnov*. Dengan kriteria pengujian yaitu jika angka signifikan lebih dari 0,05 maka data berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear ganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji Multikolear dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas/independen dalam suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan lainnya. Pengujian yang baik merupakan pengujian yang mana di dalamnya tidak terdapat suatu multikolinearitas. Ada tidaknya multikolinearitas dapat diketahui apabila variabel memiliki *Varian Inflation Factor* artinya dikatakan multikol apabila nilai VIF disekitar angka 10. Jika $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka semakin besar peluang untuk terjadinya multikolinearitas antar variabel independen atau variabel bebas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan varian dan residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi apabila variabel dari

setiap kesalahan pengganggu untuk variabel-variabel bebas yang diketahui tidak mempunyai varian yang sama untuk semua pengamatan .untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan grafik *catterplot*. Kriteria terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu apabila ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebar, dan menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila ada pola yang telah, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dimana regresi berganda ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen atau variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi berganda yang digunakan dapat dirumuskan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Kepercayaan pelanggan
	= Konstanta
X1	= Kualitas Pelayanan
X2	= Etika Pekerjaan
e	= Standar error

b) Uji F

Uji F adalah uji kelayakan model (*goodness of fit*) yang harus dilakukan dalam analisis regresi linear. Jika uji F tidak signifikan, maka tidak disarankan untuk melakukan uji t atau uji parsial. Uji F dilakukan dengan menggunakan tabel ANOVA yang bertujuan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, sehingga nilai koefisien regresi secara bersama-sama dapat diketahui. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Ketentuan yang digunakan adalah (berdasarkan probabilitas):

1. Jika probabilitas $\alpha = 0,05$, maka H_0 tidak berhasil ditolak, yang berarti bahwa model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.
2. Jika probabilitas $\alpha = 0,05$, maka H_0 berhasil ditolak, yang berarti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Atau dapat menggunakan perbandingan antara F Hitung dan F Tabel dengan criteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam penelitian.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti bahwa model regresi tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

c) Uji t

Uji t yaitu menguji apakah variabel independen (X) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Dengan menggunakan tingkat signifikan $0,05$ dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis juga dapat menggunakan perbandingan antara t hitung dan t tabel. Nilai t tabel dapat dilihat dengan menggunakan t tabel.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

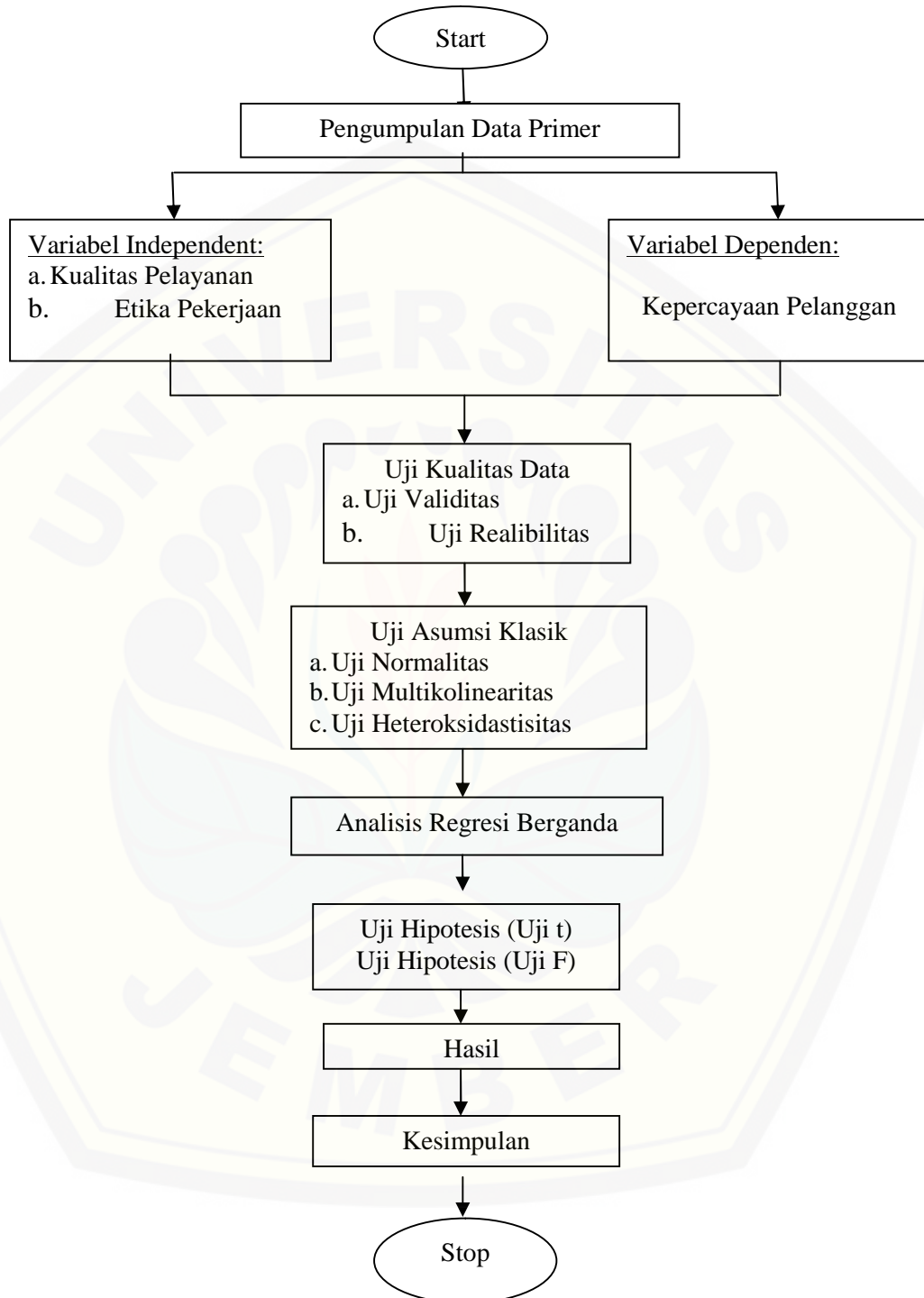
1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel independennya secara parsial mampu menjelaskan variasi pada variabel dependennya.

2. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel independennya secara parsial tidak mampu menjelaskan variasi pada variabel dependennya.

3.5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah bagian dari keragaman total variabel tak bebas Y (variabel yang dipengaruhi atau dependen) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas X (variabel yang mempengaruhi atau independen) (Supranto, 2001). Koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase. Nilai koefisien determinasi ini berkisar $0 < R^2 < 1$, apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan sebaliknya apabila nilai R^2 besar berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen besar.

3.6. Kerangka Pemecahan Masalah



3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan etika kerja terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember, yang ditinjau dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan etika kerja. Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Alasan logisnya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember, maka akan menimbulkan kenyamanan dalam diri nasabah sehingga timbul rasa kepercayaan. Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen.
- b. Hasil penelitian menyatakan bahwa etika kerja berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember. Berpengaruhnya etika kerja terhadap kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember mengindikasikan bahwa semakin tinggi etika kerja yang dimiliki dan ditunjukkan oleh karyawan PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember maka kepercayaan nasabah PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember semakin baik. Alasan logisnya adalah ketika BPR menunjukkan etika yang baik, maka nasabah akan merasakan kenyamanan dan perasaan positif, sehingga timbul kepercayaan. Etika berarti sikap kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Etika yang baik yang ditunjukkan oleh PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember akan menciptakan kepercayaan pada nasabah.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat kelemahan atau keterbatasan, yaitu

- a. Masalah subjektivitas dari responden dapat mengakibatkan hasil penelitian ini rentan terhadap biasnya jawaban responden
- b. Perlunya pendampingan dari peneliti untuk membantu nasabah mengisi kuisioner sehingga waktu yang digunakan lebih sedikit lama.
- c. Variabel pengukuran kepercayaan nasabah hanya dibatasi pada kepuasan pelayanan dan etika kerja, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara umum untuk menyimpulkan variabel yang memengaruhi kepercayaan nasabah.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran, antara lain:

- a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan metode survey dengan wawancara untuk meningkatkan sikap keseriusan responden dalam menjawab semua pertanyaan yang ada.
- b. Peneliti selanjutnya dapat lebih meluangkan waktu penyebaran kuesioner agar waktu penelitian lebih lama
- c. Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel penelitian dalam mengukur kepercayaan nasabah seperti kualitas produk, pelayanan prima dan *Banking Service Quality*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin A. Arens. Randal J. Elder dan Mark S. Beasley. 2006. *Auditing and Assurance Services*. 13th Edition. John Wiley & Sons inc.. New York.
- Direktorat Jendral Pemberdayaan Masyarakat dan Desa. 2007
- Dendawijaya Lukman. 2005. *Manajemen Perbankan*. Edisi Kedua. Cetakan. Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor Jakarta.
- Engel J.F., Roger. D.B., dan Paul. W.M.. 1994. *Perilaku konsumen*. Jilid Pertama. Edisi Keenam. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta
- Ghozali Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. Ricky. W. Ebert. Ronald. J. 2006 *.Business*. Pearson Education. New Jersey
- Hermanto. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan. Etika kerja Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Nasabah tabungan SIMPEDA Bank Jatim
eprints.undip.ac.id/18047/1/Ken_Hermanto_Agung.pdf
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Irmayanto. Juli. dkk. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Lembaga Penerbit Universitas Trisakti. Jakarta
- Jefry Wihartono. 2013. Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Dealer Mobil Nissan Basuki Rahmat Surabaya. Jurnal

- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler.philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*.Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Mangkunegara. 2006. *Evaluasi Kinerja SDM*. Eresco. Jakarta
- Manurung. Mandala. dan Pratama Rahardja. 2004. *Uang. Perbankan. dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.
- Moorman. C. Deshpande. R dan Zaltman. G.. Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing*. Vol. 57 (1). 1993.
- Mowen. John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Satu Edisi Kelima. Alih Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga
- Nasution. M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia
- Pandia Frianto . 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta; Rineka Cipta.
- Pratiwi. S. D. A.. 2012. Pengertian etika bisnis. di Akses 5 januari 2013. <http://sitidiahayu.blogspot.com/2012/10/etika-bisnis.html>
- Peppers. Don and Martha Rogers. 2004. *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc
- Schnaars. Steven P. 1991. *Managing Imitation Strategies*. New York :The Free Press
- Singarimbun dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Sugiono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfa Beta. Bandung. Cetakan 6
- Supranto. J. 2007. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*.Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Supranto. J. 2001. *Teknik Sampling Rineka*. Edisi Baru Satu Cipta. Jakarta
- Suryani. Harry Widyantoro. 2001. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Stress Kerja Pada Tenaga Edukatif Tetap Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. h:1-12.2001

Tjiptono. Fandi& Chandra.Gregorius. 2005. *Service Quality dan satisfaction*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta

Undang-Undang Perbankan No.14 tahun 1967

Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998

Variana Hotnida Yasminar. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Debitur Modal Kerja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo Tbk. *Tesis Universitas Sebelas Maret Surakarta*

Wijayanti. T. 2012. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada asuransi jiwa Bersama (AJB) Bumi Putera 1912 Cabang Purworejo 2012. *Jurnal*



LAMPIRAN 1

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ETIKA KERJA
TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT. BPR KARUNIA
PAKTO KENCONG KABUPATEN JEMBER**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat, saya :

Nama : Irinne Bagus Damayanti

NIM : 090810301215

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner(daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Daftar pertanyaan ini berisi tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan , Dan Etika Kerja Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada PT. BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Irinne Bagus Damayanti

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nomor Responden :..... (DiisiPeneliti)
2. Nama :.....
3. Umur :.....
4. Jenis kelamin :.....
5. Alamat :.....

B. Petunjuk Pengisian

- a. Dimohon pernyataan-pernyataan dibawah ini dijawab sesuai dengan kenyataan dan keadaan yang ada. Yang pertama isi dahulu identitas responden dan kemudian jawab pernyataan-pernyataan pada kolom yang tersedia.
- b. Berikantanda (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih menurut pendapat Saudara/I baik pada identitas responden maupun pada pertanyaan pada kolom pilihan jawaban.Terdapat lima (5) pilihan jawaban dengan keterangan yaitu:

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
1.	Karyawan pada PT BPR Karunia Pakto Kencong sudah dapat melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah					
2.	Prosedur peminjaman kredit pada PT BPR Karunia Pakto Kencong mudah di penuhi.					
3.	Karyawan pada PT BPR Karunia Pakto Kencong dengan cepat dan tepat menangani kredit nasabahnya.					
4.	Sikap perilaku seluruh karyawan mencerminkan profesionalisme dan kesopanan.					
5	Karyawan pada PT BPR Karunia Pakto Kencong menyampaikan dengan lugas informasi yang diminta nasabah terkait dengan aturan kredit.					

(Sumber : Variana (2010))

2. Etika Kinerja

No	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
1.	Bank wajib menjaga kerahasiaan data nasabah yang melakukan pinjaman.					
2.	Karyawan disiplin dalam menjalankan tugas dan kewajiban-kewajibannya.					
3.	Karyawan konsisten untuk menentukan keputusan kepada calon nasabah yang akan melakukan kredit pinjaman pada bank.					
4.	Karyawan pada PT BPR Karunia Pakto Kencong cermat dalam menghitung pinjaman dengan suku bunga					
5.	Karyawan pada PT BPR Karunia Pakto Kencong menjaga kerahasiaan data peminjam.					

(Sumber : Hermanto, 2009)

3. Kepercayaan Pelanggan

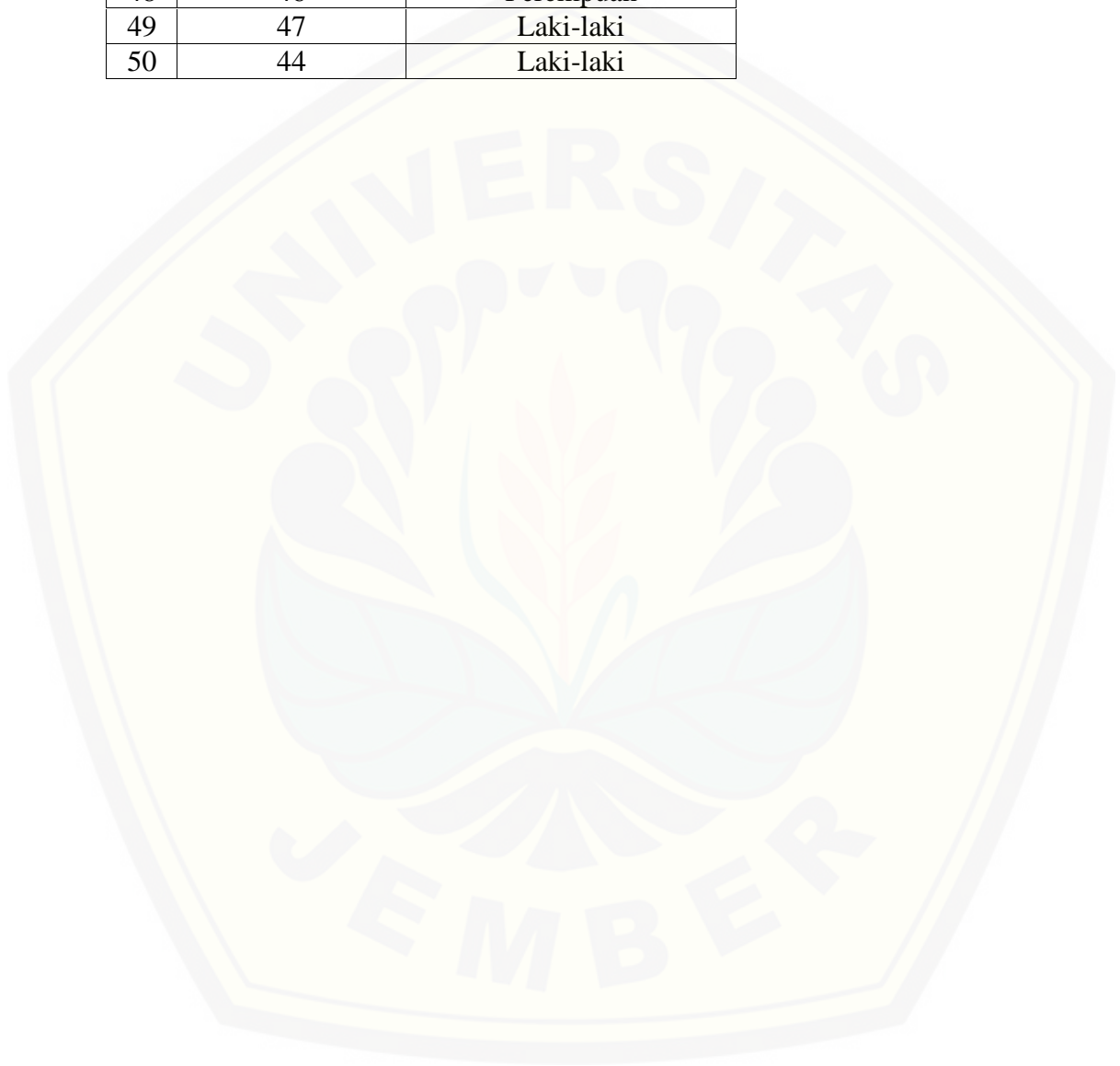
No	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saya percaya bahwa PT BPR Karunia Pakto Kencong memiliki reputasi yang baik.					
2.	Suku bunga yang ditawarkan sangat memuaskan					
3.	Saya merasa puas dengan semua kualitas layan yang diberikan PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.					
4.	Keamanan serta kenyamanan yang sangat terjaga untuk melakukan transaksi pada PT BPR Karunia Pakto Kencong Kabupaten Jember.					
5.	Saya percaya bahwasanya karyawan akan berlaku adil untuk memberi pinjaman sesuai dengan penghasilan nasabah.					

(Sumber : Variana, 2010)

LAMPIRAN 2. DATA RESPONDEN

NO	UMUR(Tahun)	JENIS KELAMIN
1	36	Laki-laki
2	41	Laki-laki
3	37	Laki-laki
4	33	Perempuan
5	38	Laki-laki
6	37	Laki-laki
7	42	Laki-laki
8	42	Laki-laki
9	42	Laki-laki
10	37	Laki-laki
11	36	Laki-laki
12	28	Perempuan
13	37	Laki-laki
14	32	Perempuan
15	38	Laki-laki
16	34	Perempuan
17	37	Perempuan
18	35	Perempuan
19	35	Laki-laki
20	35	Laki-laki
21	38	Laki-laki
22	41	Perempuan
23	42	Laki-laki
24	35	Perempuan
25	37	Perempuan
26	38	Perempuan
27	35	Perempuan
28	38	Laki-laki
29	37	Laki-laki
30	36	Perempuan
31	37	Laki-laki
32	35	Perempuan
33	37	Laki-laki
34	42	Perempuan
35	43	Perempuan
36	41	Laki-laki
37	41	Laki-laki
38	45	Laki-laki
39	44	Perempuan
40	46	Perempuan
41	41	Laki-laki
42	45	Perempuan

NO	UMUR(Tahun)	JENIS KELAMIN
43	47	Laki-laki
44	49	Laki-laki
45	46	Perempuan
46	45	Perempuan
47	45	Laki-laki
48	46	Perempuan
49	47	Laki-laki
50	44	Laki-laki



LAMPIRAN 3. JAWABAN RESPONDEN

NO	X1						X2						Y					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
1	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	4	22	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	4	23
5	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	5	23
6	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	5	24
7	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
8	5	3	5	4	3	20	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22
9	4	3	4	5	4	20	4	4	5	5	5	23	5	3	5	5	4	22
10	5	5	4	4	3	21	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23
11	3	4	4	5	5	21	3	5	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22
12	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
13	4	4	5	4	3	20	4	5	5	4	5	23	5	4	4	5	4	22
14	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
15	5	4	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
16	5	5	3	5	4	22	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
17	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	5	23
18	5	3	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	5	23
19	5	3	4	4	5	21	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	4	23
20	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	5	23	5	4	5	4	5	23
21	5	3	4	4	5	21	5	5	4	5	5	24	5	5	5	3	5	23
22	4	3	5	4	5	21	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23
23	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23
24	5	2	5	5	5	22	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23
25	5	3	4	5	4	21	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	5	24
26	5	3	5	5	4	22	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24
27	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	5	23	4	5	4	4	4	21
28	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
29	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	5	23
30	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
32	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21
33	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
35	5	4	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
36	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
39	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
40	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
41	5	4	4	5	3	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23
42	4	5	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
45	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
49	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
50	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23

LAMPIRAN 4. HASIL UJI INSTRUMEN VALIDITAS

Kualitas Pelayanan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,176	-,071	-,059	-,097	,316*
	Sig. (2-tailed)		,221	,624	,685	,502	,025
	N	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,176	1	,087	,193	,137	,714**
	Sig. (2-tailed)	,221		,548	,180	,341	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	-,071	,087	1	-,020	,136	,441**
	Sig. (2-tailed)	,624	,548		,888	,345	,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	-,059	,193	-,020	1	,195	,462**
	Sig. (2-tailed)	,685	,180	,888		,174	,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	-,097	,137	,136	,195	1	,562**
	Sig. (2-tailed)	,502	,341	,345	,174		,000
	N	50	50	50	50	50	50
X1	Pearson Correlation	,316*	,714**	,441**	,462**	,562**	1
	Sig. (2-tailed)	,025	,000	,001	,001	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Etika Kerja

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	,243	,271	,336*	,198	,765**
X2.1 Sig. (2-tailed)		,089	,057	,017	,167	,000
X2.1 N	50	50	50	50	50	50
X2.2 Pearson Correlation	,243	1	-,031	-,125	,026	,395**
X2.2 Sig. (2-tailed)	,089		,832	,387	,858	,005
X2.2 N	50	50	50	50	50	50
X2.3 Pearson Correlation	,271	-,031	1	,277	,308*	,565**
X2.3 Sig. (2-tailed)	,057	,832		,052	,030	,000
X2.3 N	50	50	50	50	50	50
X2.4 Pearson Correlation	,336*	-,125	,277	1	,286*	,600**
X2.4 Sig. (2-tailed)	,017	,387	,052		,044	,000
X2.4 N	50	50	50	50	50	50
X2.5 Pearson Correlation	,198	,026	,308*	,286*	1	,588**
X2.5 Sig. (2-tailed)	,167	,858	,030	,044		,000
X2.5 N	50	50	50	50	50	50
X2 Pearson Correlation	,765**	,395**	,565**	,600**	,588**	1
X2 Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,000	,000	
X2 N	50	50	50	50	50	50

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

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

Kepercayaan

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	-,076	,156	,064	,055	,407**
Y.1 Sig. (2-tailed)		,599	,279	,661	,707	,003
Y.1 N	50	50	50	50	50	50
Y.2 Pearson Correlation	-,076	1	,256	,036	,308*	,625**
Y.2 Sig. (2-tailed)	,599		,073	,806	,030	,000
Y.2 N	50	50	50	50	50	50
Y.3 Pearson Correlation	,156	,256	1	-,128	,506**	,611**
Y.3 Sig. (2-tailed)	,279	,073		,376	,000	,000
Y.3 N	50	50	50	50	50	50
Y.4 Pearson Correlation	,064	,036	-,128	1	,009	,407**
Y.4 Sig. (2-tailed)	,661	,806	,376		,949	,003
Y.4 N	50	50	50	50	50	50
Y.5 Pearson Correlation	,055	,308*	,506**	,009	1	,648**
Y.5 Sig. (2-tailed)	,707	,030	,000	,949		,000
Y.5 N	50	50	50	50	50	50
Y Pearson Correlation	,407**	,625**	,611**	,407**	,648**	1
Y Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,003	,000	
Y N	50	50	50	50	50	50

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

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

B. RELIABILITAS

Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	6

Etika Kerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	6

Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,689	6

LAMPIRAN 5. HASIL UJI ASUMSI KLASIK Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Etika Kerja	Kepercayaan
N		50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22,68	22,80	22,86
	Std. Deviation	1,571	1,641	1,629
Most Extreme Differences	Absolute	,147	,150	,146
	Positive	,147	,147	,141
	Negative	-,130	-,150	-,146
Kolmogorov-Smirnov Z		1,043	1,060	1,029
Asymp. Sig. (2-tailed)		,227	,211	,240

a. Test distribution is Normal.

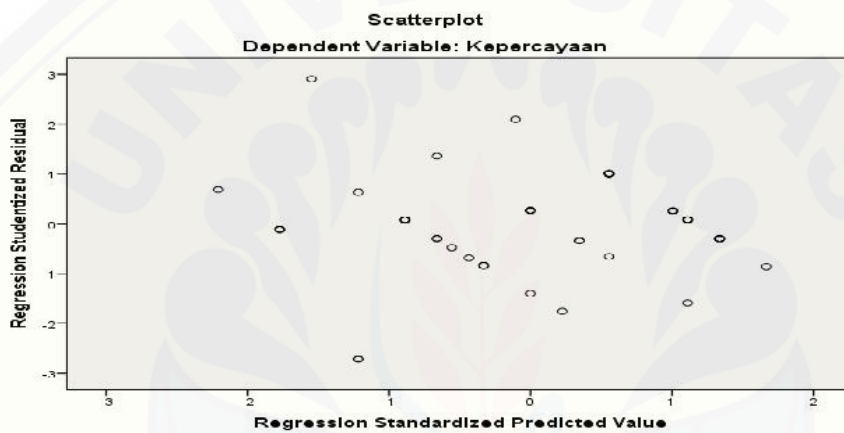
b. Calculated from data.

Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3,346	2,025		1,652	,105		
1	Kualitas Pelayanan	,556	,056	,748	9,914	,000	,989	1,011
	Etika Kerja	,330	,072	,348	4,609	,000	,989	1,011

a. Dependent Variable: Kepercayaan nasabah

Heterokedastisitas



LAMPIRAN 6. HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Etika Kerja, Kualitas Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,857 ^a	,735	,724	,613

a. Predictors: (Constant), Etika Kerja, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepercayaan nasabah

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	49,039	2	24,520	65,180	,000 ^b
Residual	17,681	47	,376		
Total	66,720	49			

a. Dependent Variable: Kepercayaan nasabah

b. Predictors: (Constant), Etika Kerja, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,346	2,025		1,652	,105		
1 Kualitas Pelayanan	,556	,056	,748	9,914	,000	,989	1,011
Etika Kerja	,330	,072	,348	4,609	,000	,989	1,011

a. Dependent Variable: Kepercayaan nasabah