



**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS
PELAYANAN DI PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR)
NUR SEMESTA INDAH CABANG JEMBER**

*(ANALYSIS OF CUSTOMERS PERCEPTIONS ABOUT SERVICE QUALITY IN
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUR SEMESTA INDAH JEMBER
BRANCH OFFICE)*

SKRIPSI

Oleh:

RAYSA VENESIANA ELLYSEE
NIM 060910202058

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS
PELAYANAN DI PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR)
NUR SEMESTA INDAH CABANG JEMBER**

*(ANALYSIS OF CUSTOMERS PERCEPTIONS ABOUT SERVICE QUALITY IN
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUR SEMESTA INDAH JEMBER
BRANCH OFFICE)*

SKRIPSI

Oleh:

RAYSA VENESIANA ELLYSEE
NIM 060910202058

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul ”**Analisis Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nur Semesta Indah Cabang Jember**”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan yang baik bagi nasabah, dimana indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Langkah-langkah penelitian dimulai sejak tahap-tahap persiapan, yaitu studi kepustakaan, penentuan lokasi, dan menentukan populasi serta sample. Dilanjutkan tahap pengumpulan data. Data yang diperoleh selanjutnya disusun dalam table frekuensi dan table kontingensi, setelah itu baru dilakukan analisis data. Kualitas pelayanan jasa PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Secara umum pada dimensi *tangible*, nasabah merasa puas atas kondisi fisik yang ada di PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember. Pada dimensi *reliability*, para nasabah tampak puas dengan keandalan karyawan dalam melayani nasabah. Dimensi *assurance* dari kualitas pelayanan jasa yang diterima nasabah dapat memuaskan mereka dengan adanya jaminan bahwa kebutuhan dan keinginan nasabah akan terpenuhi sesuai harapan nasabah. Para nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember merasa puas atas dimensi *responsiveness* dan juga dimensi *empathy* dari kualitas pelayanan jasa PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember. Secara keseluruhan dari kelima dimensi tersebut responden nasabah sebagian besar menyatakan puas atas kualitas pelayanan jasa yang disediakan PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.2.2 Persepsi.....	10
2.2.3 Loyalitas Konsumen	11
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.5 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	13
2.3 Jasa dan Karakteriistiknya.....	13

2.3.1 Definisi Jasa.....	13
2.3.2 Karakteristik Jasa	14
2.4 Kualitas Jasa	15
2.5 Kualitas Pelayanan	15
2.5.1 Pelayanan Sebagai Suatu Proses.....	16
2.5.2 Pelayanan Sebagai Suatu Sistem	16
2.5.3 Kualitas Pelayanan Jasa.....	17
2.6 Perbankan	19
2.6.1 Pengertian Bank.....	19
2.6.2 Fungsi Bank	20
2.6.3 Tujuan Bank	21
2.6.4 Jenis-jenis Bank	21
2.7 Bank Perkreditan Rakyat	23
2.7.1 Pengertian Bank Perkreditan Rakyat	23
2.7.2 Usaha Bank Perkreditan Rakyat	24
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Jenis Sumber Data	29
3.3 Operasionalisasi Konsep	29
3.4 Tahap Persiapan.....	31
3.5 Tahap Pengumpulan Data.....	33
3.6 Tahap Pengolahan Data	34
3.7 Tahap Analisis Data.....	35
3.8 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	35
BAB 4. HASIL dan PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.. ..	36
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2. Visi, Misi, dan Motto Perusahaan.....	38

4.1.3. Struktur Organisasi	38
4.1.4. Job Deskripsi	40
4.1.5. Sumber Daya Perusahaan	44
4.1.5.1 Sumber Daya Manusia	44
4.1.5.2 Jam Kerja	45
4.1.6. Produk	45
4.1.6.1 Tabungan	45
4.1.6.2 Deposito	46
4.1.6.3 Kredit	47
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Karakteristik Umum Responden	48
4.2.2 Analisis Data	48
4.2.2.1 Analisis Data Menggunakan Tabel Frekuensi	53
4.2.2.2 Analisis Data Menggunakan Tabel Kontingensi	60
4.3.3 Pembahasan	75
4.3.3.1 Pembahasan Data Tabel Frekuensi	75
4.3.3.2 Pembahasan Data Tabel Kontingensi	80
BAB 5. KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN