



**ANALISIS PENGARUH *BANKING SERVICE QUALITY DIMENSIONS*
(BSQ) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK JATIM CABANG
JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Dewi Setiyorini Astuti

NIM 080810391032

**S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk memenuhi tuntutan nasabah yang semakin kompleks tidak hanya kinerja keuangan yang baik namun konsep pelayanan yang jelas sangat diperlukan untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya. Bank-bank akan dituntut untuk terus giat mengupayakan pelayanan yang tepat. Hal ini menyebabkan pergeseran paradigma, dimana perusahaan yang sebelumnya menganut konsep menghasilkan produk atau jasa yang lebih ditentukan oleh persepsi perusahaan, tetapi sekarang fokus pada pelanggan, artinya produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pelanggan ditambah *value-added services*. Efektivitas dan efisiensi usaha suatu bank akan terlihat, sampai dimana bank tersebut mampu untuk memasarkan produk dan jasanya.

Untuk memperoleh kepercayaan yang lebih dari nasabah maka di dalam memberikan pelayanan (*service*) harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan. Nasabah melihat bangunan fisik kantor bank, lokasi parkir kendaraan (mobil/sepeda motor), suasana Banking Hall, pelayanan Satpam, *Customer Service* dan *Teller* yang siap dengan senyum ramahnya. Di samping itu, aspek profesionalitas dan ketrampilan (*skill*) *staf marketing* atau *account officer relationship manager* dalam menyelesaikan transaksi secara cepat, tepat dan cermat merupakan harapan utama para nasabah.

Dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan, terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan elemen penting pada lembaga keuangan terutama perbankan. Oleh sebab itu lembaga perbankan dituntut untuk meningkatkan citra yang baik di mata pelanggan sehingga tidak

ditinggalkan oleh pelanggannya. Jadi kepuasan pelanggan merupakan unsur penting dalam proses pertukaran pemasaran, karena hal ini tentu saja turut berperan dalam kesuksesan penyedia jasa yaitu bank.

Kualitas layanan sangat diperlukan apabila produk atau jasa yang ditawarkan memiliki persaingan yang menawarkan produk atau jasa yang serupa. Selain kualitas produk, kualitas layanan menjadi sesuatu yang sangat penting khususnya didalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi. Kepuasan sendiri memiliki arti sebagai suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2011).

Banyak cara untuk mengukur kualitas pelayanan, yang sering digunakan adalah konsep *ServQual* yang dikembangkan oleh Parasuraman (2007) yaitu dengan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Karena konsep ini dianggap belum cukup mencakup seluruh aspek kualitas pelayanan khususnya pada bidang perbankan, maka Bahia dan Nantel (2009) mengembangkan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri perbankan yang disebut sebagai *Banking Service Quality (BSQ)*, yang terdiri dari 6 dimensi yaitu : Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), Akses (*Access*), Harga (*Price*), Keterwujudan (*Tangible*), Portofolio Jasa (*Service Portofolio*), dan Keandalan (*Reliability*).

Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), yang merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat repon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan. Akses (*Access*), merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi. Harga (*Price*), merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya yang dikenakan. Keterwujudan (*Tangible*), mengacu kepada suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan. Portofolio Jasa (*Service Portofolio*), mengarah pada pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan. Keandalan (*Reliability*) dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak

terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing sebuah usaha jasa adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai (Kotler, 2011:112).

Pelayanan yang berkualitas mampu membuat nasabah puas dan berkeinginan untuk melanjutkan transaksi dengan perusahaan perbankan serta lebih dari itu, pelayanan yang berkualitas bahkan mampu membedakan suatu perbankan dengan perusahaan perbankan lain (Allred dan Addams, 2009). Tidak terkecuali oleh PT. Bank Jatim Cabang Jember. Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survey. Mengingat PT. Bank Jatim Cabang Jember merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang jasa, maka pengukuran kepuasan nasabah dilakukan terhadap kualitas jasa yang diberikan kepada nasabah. Menurut Wykop yang dikutip oleh Tjiptono (1996:59) dari Lovelock, kualitas jasa adalah “tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan memenuhi keinginan pelanggan”.

.Salah satu sasaran pokok dari operasional PT. Bank Jatim Cabang Jember saat ini adalah peningkatan pelayanan kepada nasabah. Hal ini menyebabkan karyawan PT. Bank Jatim Cabang Jember untuk memiliki keahlian khusus. Salah satu alternatif untuk mewujudkan sasaran tersebut karyawan harus bisa memberikan kualitas terbaik agar nasabah merasakan puas. PT. Bank Jatim Cabang Jember adalah bank daerah yang bukan tanpa prestasi, banyak prestasi yang diraih. Tetapi agar tidak kalah bersaing dengan bank nasional, PT Bank Jatim Cabang Jember harus bisa menciptakan kualitas layanan yang terbaik agar nasabah puas. Alasan memilih PT. Bank Jatim Cabang Jember sebagai objek penelitian adalah karena PT. Bank Jatim Cabang Jember merupakan satu-satunya bank daerah yang mampu bersaing dengan bank nasional lainnya dan tetap bertahan hingga sekarang. Untuk mempertahankan eksistensinya maka PT. Bank Jatim Cabang Jember harus mampu mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam rangka membangun kepuasan nasabah, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan PT. Bank Jatim Cabang Jember sebagai perusahaan jasa

dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi PT. Bank Jatim Cabang Jember menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang diberikan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Banking Service Quality Dimensions (BSQ)* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember. Peneliti mengambil *Banking Service Quality Dimensions (BSQ)* untuk menilai layanan di PT Bank Jatim Cabang Jember karena hasil pra penelitian menunjukkan bahwa PT Bank Jatim Cabang Jember menerapkan *Banking Service Quality Dimensions (BSQ)* dalam memberikan layanan kepada nasabahnya.

1.2 Perumusan masalah

Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru nasabah-nasabah yang puas akan membangun *uncustomer based* yang lebih kokoh untuk perkembangan masa depan sebuah bank. Dengan memperbesar customer based diharapkan nasabah tidak rentan menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi di industri perbankan. Dengan kata lain dapat digambarkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Jika pelayanan yang diberikan nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang mengalami kepuasan dalam bertransaksi dengan perbankan akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas, sebaliknya nasabah yang tidak puas akan meninggalkannya dan beralih menjadi

nasabah bank pesaing, akibatnya bank mengalami penurunan pendapatan. Dengan kata lain perusahaan perbankan harus terus menerus membangun citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan sehingga perusahaan memiliki reputasi yang baik, karena reputasi perusahaan merupakan bagian dari konsep citra perusahaan dan bagian dari konsep kualitas total jasa. Mengukur kualitas pelayanan dilihat dari 6 dimensi yang terdiri dari keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa dan kehandalan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan pokok yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh keefektifan dan jaminan (*effectiveness and assurance*), terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?
- b. Apakah terdapat pengaruh akses (*access*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?
- d. Apakah terdapat pengaruh keterwujudan (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?
- e. Apakah terdapat pengaruh portofolio jasa (*service portfolio*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?
- f. Apakah terdapat pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember?

1.3 Tujuan Penelitian dan manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan:

- a. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keefektifan dan jaminan (*effectiveness and assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

- b. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh akses (*access*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember
- c. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember
- d. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keterwujudan (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember
- e. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh portofolio jasa (*service portofolio*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember
- f. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan tambahan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah ini dimasa yang akan datang.
- b. Bagi akademisi. Memberikan tambahan wawasan teoritis dan aplikasinya terhadap dunia usaha nyata bagi masyarakat akademisi dan dapat menambah referensi perpustakaan.
- c. Bagi perusahaan. Dapat memberikan tambahan informasi untuk lebih mengetahui tentang pengaruh *Banking Service Quality Dimensions (BSQ)* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember.

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang penting peranannya dalam perekonomian masyarakat, banyak pendapat mengenai pengertian tentang bank yang pada dasarnya tidak berbeda satu sama lain, meskipun ada perbedaan hanya tampak pada tugas atau usaha bank (Suyatno, 2011:003).

Stuar dalam bukunya “Bank Politik” menjelaskan bahwa :

“Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan mengedarkan alat-alat penukaran baru berupa uang giral” (Suyatno, 2011:53).

Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan, dan lain-lain (Suyatno, 2011:77). Dalam Undang-Undang nomor 14 tahun 1967 pasal 1 tentang pokok-pokok perbankan “bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan pengedaran uang “ (Suyatno, 2011:18).

Tugas dari bank adalah sebagai berikut (Sinagan, 2012:52)

- a. Memberikan kredit pada orang atau badan usaha yang membutuhkan uang. Dalam hal ini pemberian kredit ditunjukkan pada kegiatan-kegiatan produksi bukan untuk keperluan yang konsumtif., disamping bantuan bank yang bersifat pinjaman kepada pengusaha, bank juga ikut berpartisipasi dalam permodalan perusahaan dengan jalan membeli saham-saham yang membutuhkan modal;

- b. Menarik uang dari masyarakat dapat menyimpan uang yang tidak atau belum digunakan, dalam bentuk rekening koran, giro disposito berjangka, simpedes, britama dan lain-lain;
- c. Memberikan jasa dalam bidang lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Jasa ini dapat berbentuk pengeluaran cek, pengiriman uang, membeli dan menjual wesel dan sebagai tukar menukar valuta asing;

Jenis-jenis perbankan di Indonesia dibedakan menjadi lima yaitu (Suyatno, 2011:003) :

- a. Bank sentral (Central bank). Bank Indonesia merupakan bank sentral berdasarkan Undang-undang Nomor 13 tahun 1968 Bank Indonesia bertugas membimbing pelaksanaan kebijaksanaan keuangan pemerintah dan mengawasi seluruh Bank di Indonesia;
- b. Bank umum (*Comercial bank*). Merupakan bank dengan pengumpulan dana dengan menerima simpanan dalam bentuk giro dan disposito dan dalam usahanya terutama kredit jangka pendek;
- c. Bank pembangunan (*Develoment bank*). Merupakan bank dengan pengumpulan dana dari simpanan dalam bentuk deposito dan mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan panjang dibidang pembangunan;
- d. Bank tabungan (*Saving bank*). Merupakan bank dengan pengumpulan dana dari simpanan dalam bentuk tabungan dan dalam usahanya terutama memperbungakan dananya dalam kertas berharga;
- e. Bank sekunder (*Rural bank*). Merupakan bank yang menerima simpanan dalam bentuk uang dan natura (tanaman dan sebagainya) dan dalam usahanya memberikan kredit jangka pendek dalam bentuk uang maupun dalam bentuk natura kepada sektor pertanian dan perdesaan;

2.1.2 Kualitas Layanan

Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa atau perusahaan.” Menurut Wykof yang dikutip dari Tjiptono (2008:59) menyatakan bahwa : “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Kualitas jasa (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima Layanan layanan industri Kebersihan keuangan restoran(*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang di terima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Kotler dan Keller dalam Buchari (2011 : 56) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (*service quality*), yaitu :

a. Berwujud (*Tangible*)

Suatu kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi. Tangibilitas khususnya lingkungan fisik merupakan salah satu aspek organisasi jasa yang mudah terlihat oleh konsumen, maka apapun bentuknya harus didesain dengan cara yang konsisten.

b. Empati (*Emphaty*)

Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Organisasi jasa dapat memposisikan dirinya berdasarkan empati yang dibangun diatas kebutuhan pelanggan akan perhatian, yaitu berupa perhatian individual. Kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. Organisasi jasa dapat memposisikan dirinya berdasarkan empati yang dibangun diatas kebutuhan pelanggan akan perhatian, yaitu berupa perhatian individual.

c. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat. Pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari

permasalahan organisasi. *Reliability* atau kepercayaan merupakan kecakapan dalam memberikan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan yang meliputi waktu dan kecakapan dalam menangani pelanggan.

d. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Keaktifan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan tanggap yang merupakan ketulusan dengan menolong pelanggan dan memberikan pelayanan. Keaktifan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan tanggap yang merupakan ketulusan dengan menolong pelanggan dan memberikan pelayanan. Dalam hal ini yang penting diingat adalah bahwa standar-standar yang digunakan harus sesuai dengan permintaan, kecepatan tanggapan yang diinginkan pelanggan serta persepsi pelanggan tentang kecepatan dan kesegeraan bukan didasarkan atas persepsi perusahaan.

e. Kepastian atau jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

2.1.3 Kualitas Pelayanan Perbankan / *Banking Service Quality (BSQ)*

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu, yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan harus dipandang melalui sudut pandang penilaian pelanggan, karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti, 2012). Menurut Hayzer dan Render (2012) kualitas pelayanan jasa dapat diukur dengan melihat seberapa jauh efektifitas pelayanan jasa dapat mempertipis kesenjangan antara harapan dengan pelayanan jasa yang diberikan. Dalam hal ini pengukuran kualitas pelayanan jasa jauh lebih sulit dibandingkan dengan pengukuran kualitas barang.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara umum memang telah banyak digunakan, namun tidak sedikit kritik yang diberikan. Untuk mengatasi kelemahan yang ada pada kualitas pelayanan, maka dikembangkan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan khusus bagi industri perbankan yang disebut *Banking Service Quality (BSQ)*. Bahia dan Nantel (2009) mengembangkan BSQ karena konsep ServQual maupun konsep-konsep pengukuran kualitas pelayanan lain banyak dikritik dan terbukti memiliki kelemahan. Dalam pembentukan kualitas layanan untuk jasa perbankan tersebut, Bahia dan Nantel menggunakan kerangka bauran pemasaran yang dikembangkan oleh Booms dan Britner, 1981(dalam Bahia dan Nantel, 2009) yang biasa disebut 7 P yaitu Produk / Jasa (*Product and Service*), Tempat (*Place*), Proses (*Process*), Partisipan (*Participant*), Lingkungan Fisik (*Physical Surrounding*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*). BSQ terbukti valid dan lebih baik dibandingkan dengan konsep ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman.

Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh 6 dimensi *Banking Service Quality (BSQ)*, yang kemudian diangkat menjadi variabel penelitian, yaitu

- a. Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), yang merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat repon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan.
- b. Akses (*Access*), merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi.
- c. Harga (*Price*), merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya yang dikenakan.
- d. Keterwujudan (*Tangible*), mengacu kepada suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan.
- e. Portofolio Jasa (*Service Portofolio*), mengarah pada pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan.

f. Keandalan (*Reliability*) dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan Menurut Kotler-Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:177) menyatakan bahwa : Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.”

Menurut Wilkie dikutip dari Tjiptono (2008:24) menyatakan bahwa : “Kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.” Menurut Engel, et al (2007) yang di kutip oleh Tjiptono (2008:24) menyatakan bahwa : Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.”

Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan yang dipergunakan adalah menurut pendapat Kotler-Keller dalam Buchari Alma (2011:117) yang meliputi kinerja yang diharapkan konsumen dan harapan konsumen, jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.

Atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk dari produsen yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono (2008:45) atribut- atribut pembentuk kepuasan yaitu :

- a. Kemudahan dalam Memperoleh, yaitu Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekat pembeli potensial.
- b. Kesiediaan untuk Merekomendasikan, Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak.

Menurut Martilla dan James, 1977 yang dikutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya.

Jajuk dan Prayekti (2011) melakukan penelitian tentang Pengaruh Dimensi Internet *Banking Service Quality* Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Penelitian Empiris terhadap Nasabah Internet Banking di Kota

Yogyakarta). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi *internet Banking Service Quality (IBSQ)* yang meliputi *online customer service quality*, *online system information quality*, dan *banking service product quality* terhadap kepuasan nasabah internet banking. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah internet banking. Variabel dalam penelitian ini *Online Customer*, *Service Quality*, *Online System Information Quality*, *Banking Service Product Quality* dan Kepercayaan Nasabah sebagai variabel independen. Sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Nasabah. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini digunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga kota Yogyakarta pengguna internet banking. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience*. Besarnya sample 150 orang. Teknik analisa data secara deskriptif dan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan: terdapat pengaruh yang positif antara dimensi internet *Banking Service Quality (IBSQ)* yang meliputi online customer service (X1), online system information quality (X2), dan banking service product quality (X3) serta Kepercayaan nasabah (X4) terhadap Kepuasan nasabah internet banking (Y)

Riana dan Retno (2012) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mega Syariah Cabang Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan maupun parsial antaravariabel dimensi kualitas jasa perbankan yang terdiri dari keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa, dan kehandalan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah nasabah yang menjadi sampel pada penelitian sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linier berganda, koefisien determinan, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel dimensi kualitas jasa perbankan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara parsial

variabel keterwujudan dan variabel kehandalan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sri *et al.* (2012) melakukan penelitian tentang Pengaruh Dimensi *Banking Service Quality* (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Banking Service Quality* (BSQ) terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan sampel secara keseluruhan berjumlah 1.536 responden. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dan dianalisis dengan regresi ganda. Hasil penelitian menunjukkan keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika dilihat tiap dimensi maka pengaruh tertinggi berasal dari dimensi kehandalan dan terendah dari dimensi Akses serta Portofolio Jasa. Untuk nasabah PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh tertinggi berasal dari dimensi kehandalan dan terendah berasal dari dimensi portofolio jasa, dan untuk nasabah non PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh tertinggi berasal dari dimensi kehandalan dan terendah berasal dari dimensi portofolio jasa.

Muti (2013) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh *Banking Service Quality* Dimension (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis pengaruh BSQ (Keefektifan dan Jaminan, Akses, Harga, Keterwujudan, Portofolio Jasa, Kehandalan). secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan serta dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah PT. BRI Semarang untuk mengenali variabel yang paling dominan terhadap PT. BRI Semarang. Populasi penelitian adalah nasabah tabungan PT. BRI Semarang, diambil 100 sampel. Uji statistik yang digunakan adalah uji validitas dengan product moment, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach*, analisis regresi 2 jalur, uji t dan uji F untuk menyelidiki hipotesis penelitian. Hasil uji hipotesis dengan analisis regresi 2 jalur menunjukkan Variabel keefektifan dan jaminan serta portofolio jasa masing-

masing memiliki koefisien regresi sehingga secara parsial variabel tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk variabel Akses, harga, keterwujudan dan kehandalan memiliki nilai koefisien regresi secara parsial variabel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati telah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. BRI (persero) Tbk Semarang. Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan meningkatkan kualitas BSQ.

2.3 Hipotesis

a. Pengaruh Keefektifan Dan Jaminan (*Effectiveness And Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*) adalah merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan (Bahia dan Nantel, 2009). Keefektifan dan jaminan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah perlu terlebih dahulu mengetahui bagaimana keefektifan dan jaminan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Kejenuhan bisa terjadi jika pelayanan yang diberikan terlalu lama (tidak efektif) dan tidak terjamin. Karenanya dibutuhkan keefektifan dan jaminan dalam memberikan pelayanan agar nasabah memiliki persepsi positif. Kepuasan nasabah akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan keefektifan dan jaminan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Bloemer *et al*, (1998) dalam penelitiannya yang berjudul *Investigating Drivers Of Bank Loyalty : The Complex Relationship Between Image, Service Quality And Satisfaction* dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian lain yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa keefektifan dan jaminan berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa keefektifan dan jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa keefektifan dan jaminan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Jika Bank BPD memberikan pelayanan yang lancar dalam hal birokrasi dan prosedur, kerahasiaan nasabah terjaga, karyawan terlatih dalam melayani nasabah, dan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan maka nasabah Bank BPD akan semakin puas.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₁: keefektifan dan jaminan (*effectiveness and assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

b. Pengaruh Akses (*Access*) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Akses (*Access*) adalah merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi (Bahia dan Nantel, 2009). Hubungan antara kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan juga diungkapkan Lassar *et al.*, (2009) dalam penelitiannya yang berjudul "*Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking*". Dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel independent kualitas pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*) termasuk akses yang merupakan salah satu kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah.

Penelitian yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa akses berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Jika Bank BPD memiliki jumlah Teller dan CS (*Customer Service*) yang memadai, antrian

cepat, dan jumlah ATM memadai maka nasabah Bank BPD akan semakin puas.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₂: akses (*access*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

c. Pengaruh Harga (*Price*) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Harga (*Price*), merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya-biaya yang dikenakan (Bahia dan Nantel, 2009). Sebagai salah satu bentuk layanan dan juga sebagai alat strategi bersaing, maka tujuan akhir penentuan harga dimana biaya-biaya administrasi yang terjangkau adalah untuk memuaskan nasabah. Secanggih apapun sistem pada layanan banking, kalau akhirnya hanya mengecewakan dan biayanya tinggi, maka menimbulkan rasa tidak nyaman kepada nasabah dan tidak memberikan nilai tambah kepada bank maupun nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah termasuk biaya yang tidak terlalu banyak dikenakan perlu dievaluasi, serta diidentifikasi produk mana yang diperlukan biaya tinggi.

Penelitian yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Berdasarkan kesimpulan teori dan penelitian terdahulu adalah kemudahan harga yang diterima oleh nasabah untuk dalam bertransaksi mampu menciptakan penilaian positif yaitu terwujudnya harapan nasabah berupa kepuasan. Jika Bank BPD mampu menjelaskan secara rinci mengenai biaya yang dikenakan, jumlah tabungan yang diisyaratkan pada saat pembukaan rekening dan kredit dinilai wajar, dan biaya yang dikenakan sesuai dengan layanan yang diberikan maka nasabah Bank BPD akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₃: harga (*price*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

d. Pengaruh Keterwujudan (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Keterwujudan (*Tangible*), adalah suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Bahia dan Nantel, 2009). Menurut Kotler & Keller (2008) dalam (Zebua dkk, 2010, h.65) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (hasil) yang di harapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Penelitian yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa keterwujudan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa keterwujudan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa keterwujudan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Jika Bank BPD menunjukkan penampilan fisik dan penampilan pegawai menarik, dekorasi, fasilitas dalam kantor memadai, serta memberikan fasilitas yang sangat menarik maka nasabah Bank BPD akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₄: keterwujudan (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

e. Pengaruh portofolio jasa (*service portofolio*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Portofolio Jasa (*Service Portofolio*), adalah bentuk pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan (Bahia dan Nantel, 2009). Portofolio jasa yang berkualitas mampu membuat nasabah puas dan berkeinginan untuk melanjutkan transaksi dengan perusahaan perbankan serta lebih dari itu, pelayanan yang berkualitas bahkan mampu membedakan suatu perbankan dengan perusahaan perbankan lain (Allred dan Addams, 2009).

Penelitian yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa portofolio jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa portofolio jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa portofolio jasa berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Jika bank BPD menyediakan layanan internet, sms dan mobile banking, transfer antar bank melalui ATM dan tersedia layanan setor tunai melalui ATM akan memberikan kemudahan maka nasabah bank BPD akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₅: portofolio jasa (*service portofolio*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

f. Pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

Kehandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan dengan baik tanpa ada eror yang dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa (Bahia dan Nantel, 2009). Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing sebuah usaha jasa adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan salah satunya kehandalan, karena dengan kehandalan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai (Kotler, 2011).

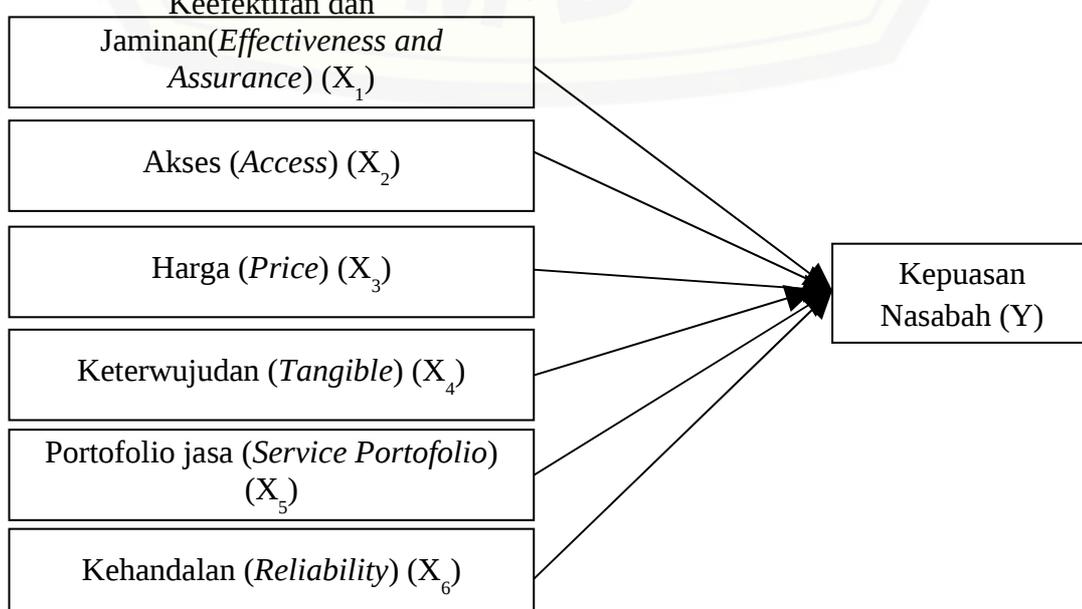
Penelitian yang mendukung teori adalah penelitian Riana dan Retno (2012) yang menemukan bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega Syariah cabang kota Palembang. Sri *et al.* (2012) juga menemukan bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD di DIY. Muti (2013) menemukan bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BRI Semarang. Jika Bank BPD memiliki karyawan yang mampu mengoreksi kesalahan dengan cepat, memberikan penjelasan dengan detail dan menjawab pertanyaan nasabah serta memiliki sistem pengarsipan yang baik maka nasabah bank BPD akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₆: kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember

2.4 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan nasabah (*expectation*) dan kinerja bank yang dirasakan nasabah (*performance*). Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas jasa layanan adalah tingkat kualitas layanan yang diterima oleh nasabah bank. Bahia dan Nantel (2009) mengembangkan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri perbankan yang disebut sebagai *Banking Service Quality (BSQ)*, yang terdiri dari 6 dimensi yaitu : Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), Akses (*Access*), Harga (*Price*), Keterwujudan (*Tangible*), Portofolio Jasa (*Service Portofolio*), dan Kehandalan (*Reliability*).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. **Data Primer**

Adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan. Data primer meliputi hasil wawancara dan penyebaran kuisioner serta hasil pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti (Sekaran, 2006). Data primer diperoleh melalui survey kepada responden, dengan menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan variabel BSQ dan kepuasan nasabah yaitu kepada nasabah PT. Bank Jatim Cabang Jember.

b. **Data Sekunder**

Adalah data yang diperoleh dari pihak lain dan bukan diusahakan sendiri. Sumber data sekunder adalah bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal-jurnal, laporan dari pakar atau peneliti dan instansi yang terkait dengan penelitian (Sekaran, 2006).

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Ridwan dan Kuncoro (2007:38), yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif PT. Bank Jatim Cabang Jember, karena jumlah nasabah yang banyak maka penelitian ini

menggunakan sampel penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006:131). Menurut Roscoe dalam Jibrán (2010:29), dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi, sehingga jumlah sampel adalah jumlah variabel $\times 10$, sehingga jumlah sampel adalah $7 \times 10 = 70$.

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua variabel bebas, satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Konsep definisi operasional dan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (Independen):

1. Keefektifan dan jaminan (X_1) adalah gabungan antara kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan serta faktor keamanan (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keefektifan dan jaminan adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.
2. akses (X_2) adalah persepsi nasabah terhadap peralatan modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel akses adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

3. Harga (X_3) adalah faktor yang berhubungan langsung dengan biaya-biaya yang dikenakan (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

4. Keterwujudan (X_4) mengacu pada suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keterwujudan ini adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

5. Portofolio jasa (X_5), mengarah pada pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel portofolio jasa ini adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

6. Kehandalan (X_1) meliputi sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa (Bahia dan Nantel, 2009). Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kehandalan

ini adalah dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari Sri *et al* (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Ragu-ragu (R) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

b. Variabel Terikat (Dependen) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y), yang merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan nasabah atas jasa setelah mereka peroleh. Kepuasan nasabah diukur dengan 3 indikator yang diadopsi dari Sri *et al*, (2011) dengan masing-masing pertanyaan dinilai dengan menggunakan 5 (lima) poin skala likert dimana jawaban Sangat di atas rata-rata diberi skor 5, jawaban Di atas rata-rata diberi skor 4, jawaban Rata-rata diberi skor 3, jawaban Dibawah rata-rata diberi skor 2, dan jawaban Sangat dibawah rata-rata diberi skor 1.

3.4 Metode Analisis Data Uji Instrumen

3.4.1 Statistik Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk memperoleh data karakteristik demografik responden penelitian yang meliputi umur responden, unit/bidang kerja, masa kerja, golongan kerja. Statistik deskriptif merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan (Singarimbun dan Effendi, 1995:5). Ukuran deskriptif dalam penelitian ini berupa frekuensi (jumlah dan presentase) mean dan standar deviasi.

3.4.2 Uji Instrumen

Untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dapat mengukur apa yang kita harapkan, dan dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat, maka instrument penelitian ini perlu diuji terlebih dahulu, untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Jika validitas dan rentabilitas tidak dapat diketahui, maka akan berakibat pada fatalnya dalam memberikan kesimpulan ataupun alasan terhadap hubungan antar variabel. Instrumen yang

baik yaitu instrumen yang memiliki 2 (dua) kriteria, yaitu validitas (sahih) dan reliabilitas (dapat dipercaya). Adapun uji adalah uji validitas dan uji reliabilitas (Singarimbun dan Effendi, 1995:5).

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauhmana suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti instrument itu dapat mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui kevalidan data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Pearson Product Moment*. Dalam pengujian ini digunakan asumsi bahwa nilai korelasi dengan metode *Pearson Product Moment* tinggi maka dikatakan valid. Kriteria validitas untuk setiap item adalah jika $r > 0,30$ dan $sig < 0,05$ berarti item tersebut valid. selain itu juga bisa dilihat dari nilai signifikansinya. Adapun rumus *Product Moment* adalah sebagai berikut (Umar, 2012:86):

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

dimana:

- n = jumlah data observasi
- X = skor pertanyaan
- Y = skor total
- r = koefisien korelasi.

b. Uji Reliabilitas (Uji Keandalan)

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Uji Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama karena setiap alat pengukur harus memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Umar, 2012:86).

Uji reliabilitas digunakan juga untuk menguji keajegan hasil pengukuran kuesioner yang erat hubungannya dengan masalah kepercayaan. Suatu taraf uji

dikatakan mempunyai taraf kepercayaan bila uji tersebut memberikan hasil yang tepat. Pada penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas menggunakan *software* SPSS 16 *for windows* dengan metode *Croncbach's Alpha* yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{Kr}{1+(k-1)r}$$

Dimana :

- α : Koefisien keandalan alat ukur
- r : Koefisien rata-rata korelasi antar variabel
- k : Jumlah variabel independen dalam persamaan

Tahapan-tahapan awal dari riset, nilai reliabilitas 0,50 sampai dengan 0,60 dianggap cukup, dan untuk riset dasar (*basic research*), diargumentasikan bahwa meningkatkan reliabilitas melebihi nilai 0,80 sering dianggap terlalu tinggi (Umar, 2012:86).

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Singarimbun dan Efendy (2011:18), uji normalitas data sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, normalitas data dilihat dengan *kolmogorov-smirnov test* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Uji ini dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogorov-smirnov test* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi >0.05 maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas menunjukkan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas. Dengan adanya multikolinieritas maka *standart error* untuk masing-masing variabel independen tidak dapat dideteksi. Multikolinieritas menunjukkan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas. Dengan adanya multikolinieritas maka *standart error* untuk masing-masing variabel independen tidak dapat dideteksi. Menurut (Ghozali, 2005), disarankan melihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, yaitu jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* < 1 maka tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah variabel pengganggu (*disturbance term error*) mempunyai varians yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas terjadi apabila varians residual dari setiap kesalahan pengganggu tidak bersifat konstan. Dampak yang akan ditimbulkan adalah asumsi yang terjadi masih tetap tidak berbias, tetapi tidak lagi efisien. Manurung et al. (2011) menjelaskan bahwa ada dua cara untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, yaitu metode informal dan metode formal. Metode informal biasanya dilakukan dengan melihat grafik plot dari nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Variabel dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Metode formal untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dengan *Glejser Test*. *Glejser Test* (Uji Glejser) Uji Glejser sama dengan uji Park, dalam uji Glejser diusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Langkah-langkahnya adalah:

- a. Melakukan estimasi pada model regresi dan menghitung residualnya (Ut).
- b. Mengabsolutkan nilai residual (AbsUt).
- c. Meregresikan variabel (AbsUt) sebagai variabel dependen dan variabel independent sehingga menjadi persamaan:

$$AbsUt = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

- d. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heterokedastisitas.

3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis pengaruh BSQ terhadap kepuasan nasabah digunakan Model Regresi Linier Berganda. Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah (Ghozali, 2011):

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e_i$$

Dimana :

Y	=	Kepuasan Nasabah
b_0	=	Konstanta
$b_1, b_2,$	=	Koefisien tiap-tiap variabel
X_1	=	keefektifan dan jaminan
X_2	=	akses
X_3	=	harga
X_4	=	keterwujudan
X_5	=	portofolio jasa
X_6	=	kehandalan
e_i	=	Variabel pengganggu diluar model

3.4.5 Uji Hipotesis (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara parsial antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas (p) dari t_{hitung} dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau *confidence interval* 95 % dan dengan *degree of freedom* atau df (n-k) dimana k merupakan jumlah variabel independen atau variabel regresor. Adapun tahapan dalam Uji t menurut J.Supranto (1993:300) adalah sebagai berikut :

- a. Merumuskan Hipotesis.

1. $H_0 : \beta_i = 0,$

$i = 1, 2, 3, 4,$ dan $5,$ artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. $H_a : \beta_i \neq 0,$

$i = 1, 2, 3, 4,$ dan $5,$ artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi.

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah $\alpha = 5\%$ atau *interval confidence* sebesar 95% .

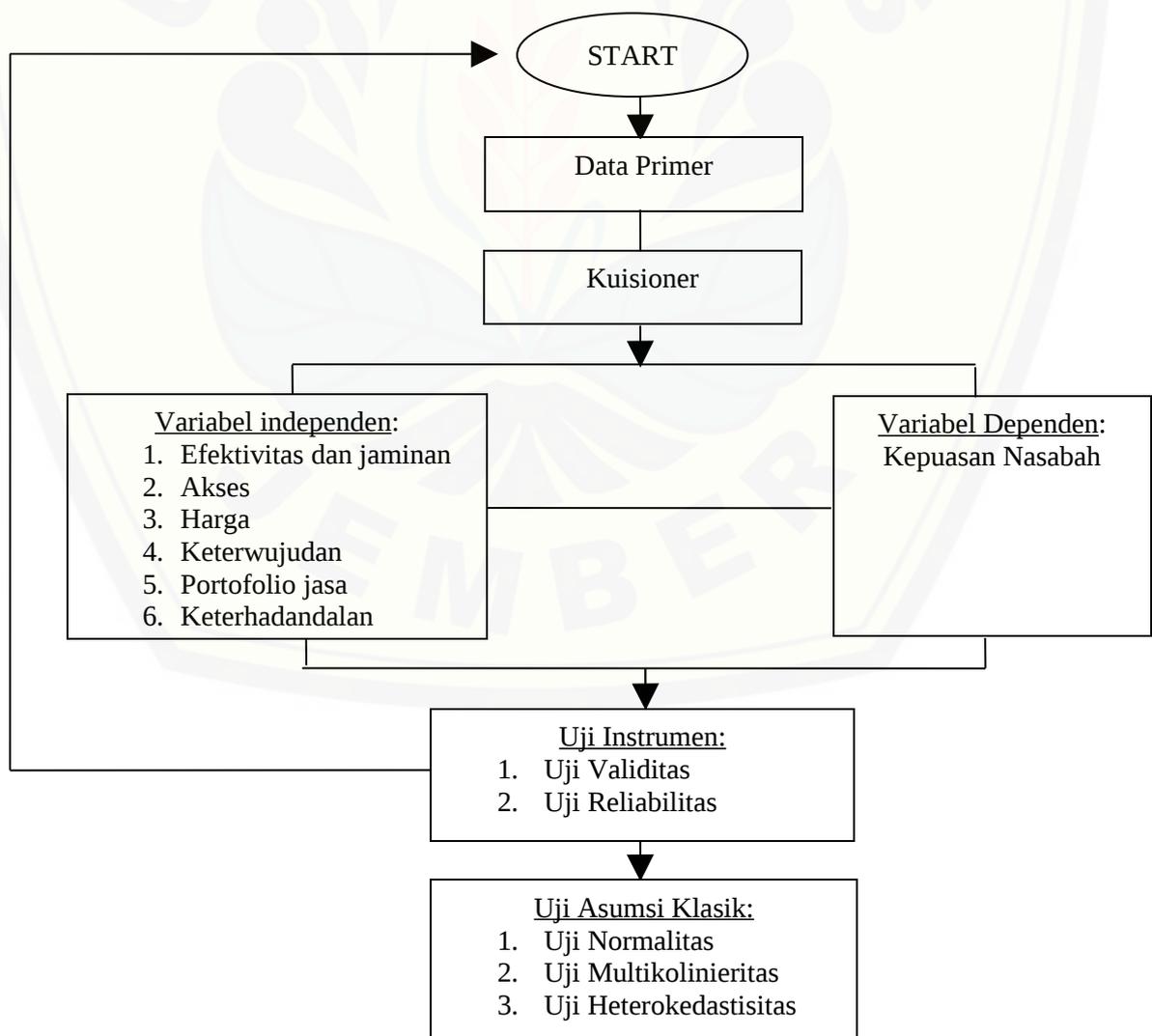
c. Membandingkan Nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

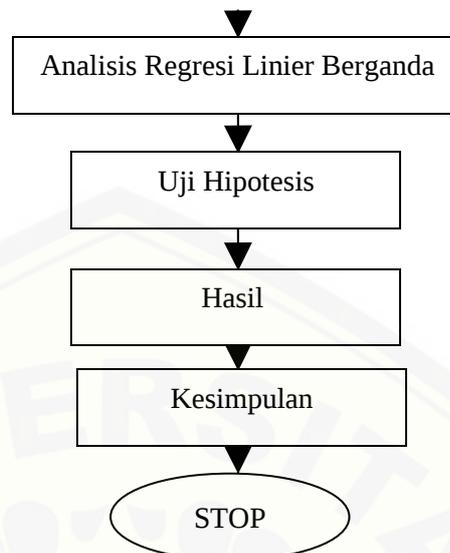
Untuk menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dibuat ketentuan sebagai berikut:

a. $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $t_{hitung} < -t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

3.5 Kerangka Pemecahan Masalah





Keterangan :

1. Start merupakan berbagai persiapan materi untuk mencari data.
2. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian melalui penyebaran kuisioner;
3. Data yang diperoleh lalu diuji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana keandalan instrumen yang dipergunakan apakah sudah sesuai.
4. Uji asumsi klasik. Setelah di uji instrumen, maka pengolahan data berikutnya uji asumsi klasik, diantaranya normalitas data, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas
5. Melakukan uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat;
6. Pembahasan;
7. Menyimpulkan hasil penelitian;
8. Stop yaitu akhir dari penelitian