



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS
*RESPONSIVENESS, ASSURANCE, TANGIBLES,
EMPHATY DAN RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN DI PT. BANK
TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL CABANG
KRIAN**

*THE INFLUENCE OF BASE SERVICE QUALITY RESPONSIVENESS,
ASSURANCE, TANGIBLES, EMPHATY AND RELIABILITY ON
SATISFACTION OF RETIRED CUSTOMERS AT PT. BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL BRANCH OF KRIAN*

SKRIPSI

Oleh :

ANNA CAHYANING RUDYANTI

NIM. 130810201307

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS
*RESPONSIVENESS, ASSURANCE, TANGIBLES,
EMPHATY DAN RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN DI PT. BANK
TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL CABANG
KRIAN**

*THE INFLUENCE OF BASE SERVICE QUALITY RESPONSIVENESS,
ASSURANCE, TANGIBLES, EMPHATY AND RELIABILITY ON
SATISFACTION OF RETIRED CUSTOMERS AT PT. BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL BRANCH OF KRIAN*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

ANNA CAHYANING RUDYANTI

NIM. 130810201307

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI RI
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Anna Cahyaning Rudyanti
NIM : 130810201307
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Berbasis *Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty* dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta tersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 08 Februari 2017

Yang Menyatakan,

Anna Cahyaning Rudyanti

NIM : 130810201307

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS
RESPONSIVENESS, ASSURANCE, TANGIBLES,
EMPHATY DAN *RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN DI PT. BANK
TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL CABANG
KRIAN

Nama Mahasiswa : Anna Cahyaning Rudyanti

NIM : 130810201307

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 08 Februari 2017

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Dr. Bambang Irawan M.Si.
NIP.196103171988021001

Drs. Ketut Indraningrat M.Si.
NIP. 196107101989021002

Menyetujui,
Ketua Program Studi
S1- Manajemen

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

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE, *TANGIBLES*, *EMPHATY* DAN *RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN DI PT. BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL CABANG KRIAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Anna Cahyaning Rudyanti

NIM : 130810201307

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

2017

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

SUSUNAN TIM PENGUJI

Penguji Utama : Dr.Hj. Diah Yulisetiari M.Si. : (.....)

NIP. 19610729 198603 2 001

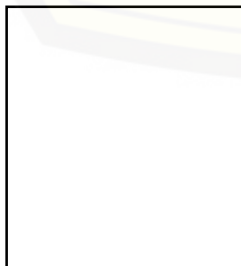
Penguji Anggota: Prof. Tatang Ary G, M.Bus.Acc.Ph.D : (.....)

NIP. 19661125 199103 1 002

Penguji Anggota: Chairul Saleh S.E., M.Si. : (.....)

NIP. 19690306199903 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

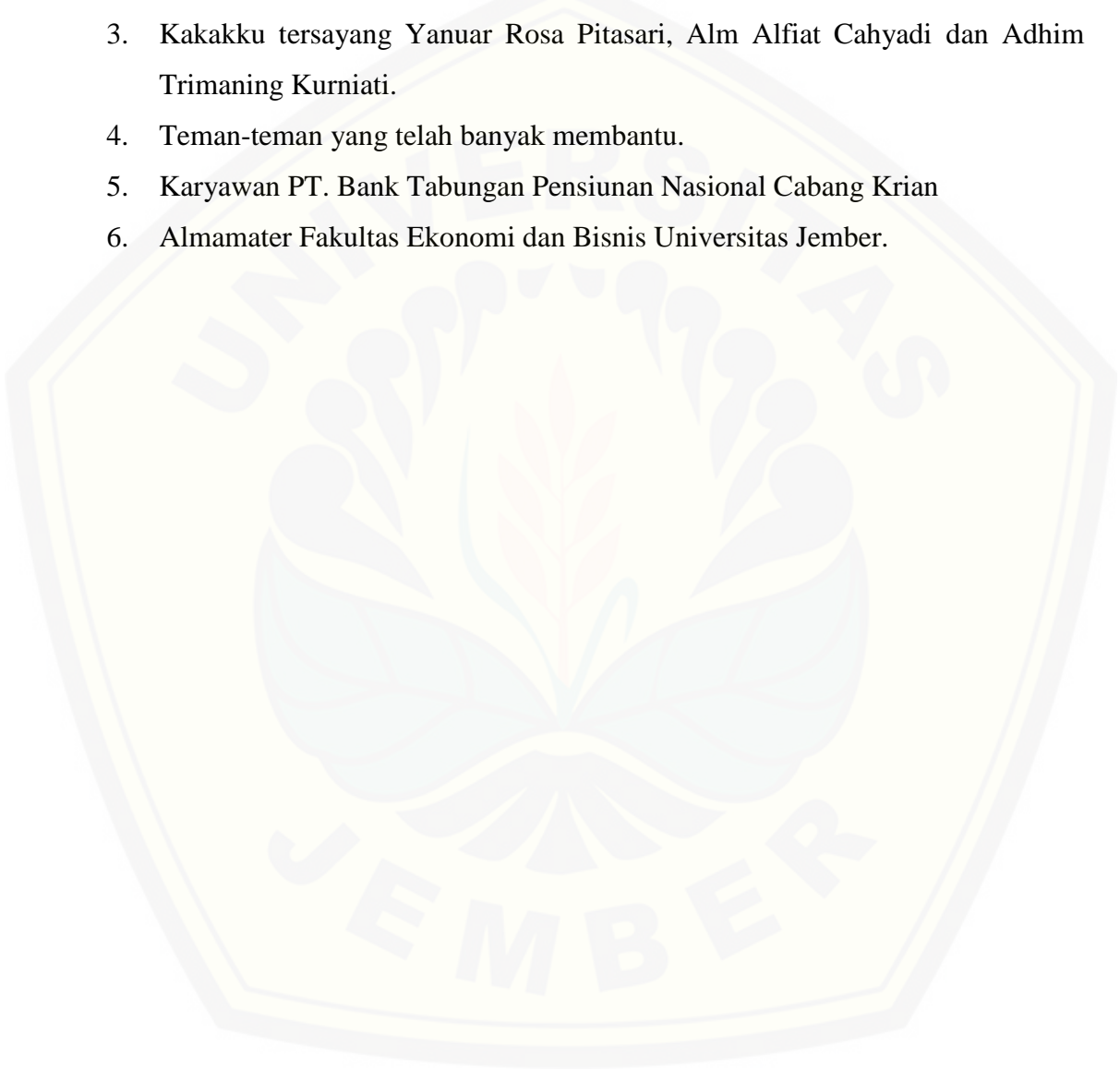


Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak.,CA
NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Ibunda Asri Murniyati tercinta dan terkasih.
2. Alm. Ayahanda Roedjito tercinta dan terkasih.
3. Kakakku tersayang Yanuar Rosa Pitasari, Alm Alfiat Cahyadi dan Adhim Trimaning Kurniati.
4. Teman-teman yang telah banyak membantu.
5. Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian
6. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



MOTTO

“ Jika anda mendidik seorang laki-laki, maka seorang laki-laki itu akan terdidik.
Tapi jika anda mendidik seorang perempuan, maka satu generasi akan terdidik”
(Brigham Young)

“ Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu
kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat”
(Winston Churchill)





**PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE, *TANGIBLES*, *EMPHATY* DAN *RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PT BANK TABUNGAN PENSIUNAN
NASIONAL CABANG KRIAN**

*THE INFLUENCE OF BASE SERVICE QUALITY *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE, *TANGIBLES*, *EMPHATY* AND *RELIABILITY* ON
SATISFACTION OF RETIRED CUSTOMERS AT PT. BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL BRANCH OF KRIAN*

SKRIPSI

Oleh :

ANNA CAHYANING RUDYANTI

NIM. 130810201307

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Irawan M.Si.

Dosen Pembimbing II : Drs. Ketut Indraningrat M.Si.

RINGKASAN

“Pengaruh Kualitas Layanan Berbasis *Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty* dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian”; Anna Cahyaning Rudyanti; 130810201307; 2017; 63 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Bagi perusahaan jasa ada satu hal yang paling penting dalam memberikan kepuasan pelanggan, yaitu pelayanan. Kualitas layanan dalam industri jasa telah menjadi suatu kebutuhan pokok. Dikarenakan tuntutan konsumen atau pelanggan Indonesia terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan industri jasa yang semakin meningkat. Banyak dampak yang bisa diperoleh dari perilaku nasabah yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sebagai penyedia jasa antara lain terbentuknya loyalitas, komunikasi lisan yang baik kepada teman, dan *image* atau citra yang positif. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah yakni *responsiveness, assurance, tangibles, emphaty* dan *reliability*. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Berbasis *Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty* dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian.

Metode analisis penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Data berupa data primer dan sekunder. Data primer berasal dari hasil penyebaran kuisioner dari 120 responden, yaitu nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Cabang Krian. Sampel ditetapkan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan : 1) *Responsiveness* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan. 2) *Assurance* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan. 3) *Tangibles* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan. 4) *Emphaty* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan. 5) *Reliability* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan.

SUMMARY

“The Influence Of Base Service Quality Based Responsiveness , Assurance , Tangibles , Emphaty and Reliability On Satisfaction Of Retired Customers at PT . Bank Tabungan Pensiunan Nasional Branch Krian”; Anna Cahyaning Rudyanti; 130810201307; 2017; 63 Pages; Departmen of Manajemen Faculty of Economi and Business University of Jember.

For service companies there is one thing most important in giving customer satisfaction, namely service. The quality of services in service industries has been a basic needs .Because demands of consumers or customers indonesia on the level of service given by a company service industry with the increasing . A bunch of effects which can be collected of behavior customers who feel is satisfied with the service provided by the bank as service providers among others the establishment of the loyalty, oral communication good to a friend, and image or positive image. There are several factors that need attention in improving satisfaction customers namely responsiveness , assurance , tangibles , emphaty and reliability . The purpose of these this research is to scrutinize about the influence of the quality of services based responsiveness , assurance , tangibles , emphaty and reliability of satisfaction customers retired in PT . Bank Tabungan Pensiunan Nasional Branch Krian.

This research uses linear regression multiple. Data obtained in the form of primary and secondary . Primary data are in the form of the results of the spread of respondents kuisisioner than 120 . Where respondents from the study is customers retired PT . Bank Tabungan Pensiunan Nasional Branch Krian. Results of the study show : 1) Responsiveness has positive and significant in partial to satisfaction . 2) Assurance has positive and significant in partial to satisfaction . 3) Tangibles has positive and significant in partial to satisfaction . 4) Emphaty has positive and significant in partial to satisfaction . 5) Reliability has positive and significant in partial to satisfaction.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang melimpahkan segala rahmad serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Berbasis *Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty*, dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Bambang Irawan M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
2. Bapak Drs. Ketut Indraningrat M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
3. Ibu Dr. Hj. Diah Yulisetiarni, SE, M.Si. selaku Dosen Ketua Penguji
4. Bapak Prof. Tatang Ary Gumanti, M.Buss.Acc.,Ph.D selaku Dosen Penguji I
5. Bapak Chairul Saleh, SE, M.Si. selaku Dosen Penguji II
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
7. Seluruh staf dan karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian, terima kasih telah memberikan bantuan informasi, pikiran, dukungan serta telah meluangkan waktu untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku Alm. Ayahanda Roedjito dan Ibu Asri Murniyati. Kakakku tercinta Yanuar Rosa Pitasari, Alm Alfiat Cahyadi dan Adhim Trimaning Kurniati. Keponakanku tersayang Reynaldi Asher Saputra yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, doa serta dukungan moril maupun materil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini sebagai persyaratan menyanggah gelar sarjana.
9. Dyah Gandis Indah P, Sasqia Priwardani W, Nofan Ardiansyah, Ovan Utama yang senantiasa menemani dan membantu agar terselesainya skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2013 yang memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama masa kuliah serta penyelesaian skripsi.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu diucapkan banyak terima kasih karena skripsi dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pihak demi

kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak lain yang berkepentingan untuk kedepannya.

Jember, 08 Februari 2017

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.3 Mempertahankan Pelanggan	14
2.1.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	19
2.4.1 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan.....	19
2.4.2 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan.....	20
2.4.3 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan	21
2.4.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan.....	21
2.4.5 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.4 Identifikasi Variabel	24

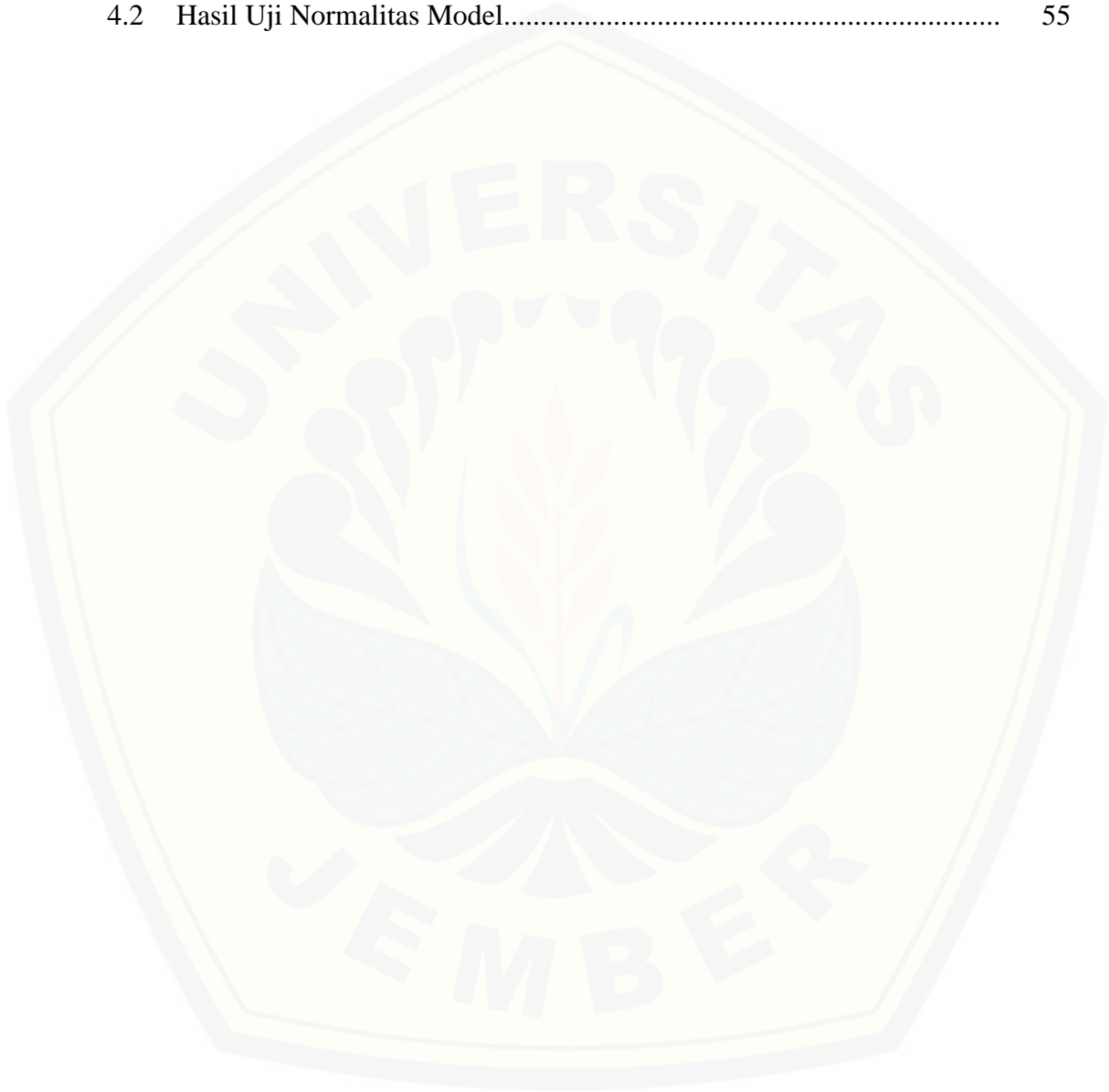
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	25
3.5.1	Definisi Operasional Variabel	25
3.5.2	Skala Pengukuran	27
3.6	Uji Instrumen	28
3.7	Uji Normalitas	29
3.8	Metode Analisi Data	29
3.8.1	Regresi Linear Berganda	29
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	30
3.8.3	Uji Hipotesis	31
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	35
4.2	Uji Instrumen	35
4.2.1	Uji Validitas	35
4.2.2	Uji Reliabilitas	37
4.2.3	Uji Normalitas Data	38
4.3	Karakteristik Responden	39
4.3.1	Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.3.2	Kategori Analisis Frekuensi	48
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.5	Uji Asumsi Klasik	53
4.5.1	Uji Multikolinearitas	53
4.5.2	Uji Heteroskedasitas	54
4.5.3	Uji Normalitas Model	54
4.6	Uji Hipotesis	55
4.6.1	Uji t	55
4.7	Pembahasan	56
4.7.1	<i>Responsiveness</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan	56
4.7.2	<i>Assurance</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan	57
4.7.3	<i>Tangibles</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan	58
4.7.4	<i>Emphaty</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan	59
4.7.5	<i>Reliability</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan	59
4.8	Keterbatasan Penelitian	60
BAB 5. PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN-LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	17
4.1 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	36
4.2 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	37
4.3 Hasil Uji Normalitas	38
4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.5 Data Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.6 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.7 Data Responden Berdasarkan Purna Bakti/Pekerjaan	41
4.8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.9 Data Responden Berdasarkan Waktu Lamanya Pensiunan	42
4.10 Penilaian Responden pada Variabel <i>Responsiveness</i>	43
4.11 Penilaian Responden pada Variabel <i>Assurance</i>	44
4.12 Penilaian Responden pada Variabel <i>Tangible</i>	45
4.13 Penilaian Responden pada Variabel <i>Emphaty</i>	45
4.14 Penilaian Responden pada Variabel <i>Reliability</i>	46
4.15 Penilaian Responden pada Variabel Kepuasan.....	47
4.16 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	53
4.19 Hasil Uji Glejser	54
4.20 Hasil Uji Normalitas Model.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	34
4.2 Hasil Uji Normalitas Model.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	67
2. Identitas Responden	68
3. Daftar Pernyataan Kuisisioner	69
4. Rekapitulasi Kuisisioner	74
5. Karakteristik Responden	79
6. Jawaban Responden	82
7. Uji Instrumen	83
8. Analisis Regresi Linier Berganda	97
9. Uji Asumsi Klasik	98
10. Uji Hipotesis	100
11. R tabel	101
12. t Tabel	102

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin lama semakin mengalami kemajuan dan peningkatan yang baik. Terbukti tepatnya pada bulan oktober tahun 2003 ketika KTT ASEAN di Bali. Indonesia menyatakan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi tujuan dari integrasi ekonomi regional dikawasan Asia Tenggara yang akan diberlakukan pada tahun 2020. Namun nyatanya diketahui bahwa tahun 2015 merupakan awal tahun diberlakukannya MEA. Hal tersebut sesuai dengan Deklarasi Cebu yang merupakan salah satu hasil dari KTT ASEAN yang ke-12 pada Januari 2007. Pada KTT tersebut para pemimpin ASEAN bersepakat untuk mengubah ASEAN menjadi daerah dengan perdagangan bebas baik barang maupun jasa, investasi, tenaga kerja profesional dan juga aliran modal (dana).

Memasuki awal pasar bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pemerintah kian dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) saja, namun juga harus ditunjang dengan pelayanan publik yang ideal. Peningkatan pelayanan publik merupakan hal yang mendasar adanya perbaikan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), karena untuk mewujudkan pelayanan publik yang diinginkan masyarakat. Salah satu contoh pelayanan publik ini adalah perusahaan perbankan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang industri jasa keuangan di Indonesia salah satunya yaitu PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian tentunya mengalami persaingan yang cukup ketat dalam bisnis dengan para pesaingnya, dan tidak luput dari masalah yang ditimbulkan oleh persaingan global. Agar PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian tetap mampu bersaing dengan para pesaingnya, maka PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian harus mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki. Bagi perusahaan jasa, ada satu hal yang paling penting dalam memberikan kepuasan pelanggan, yaitu pelayanan. Persaingan yang ketat

menuntut sebuah penyedia jasa untuk selalu memanjakan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Pengertian jasa menurut Kotler (2004) :

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Tampak bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, melainkan suatu proses atau aktivitas dimana berbagai aktivitas tersebut tidak berwujud.

Pada saat ini kualitas layanan dalam industri jasa telah menjadi suatu kebutuhan pokok, apabila industri jasa ingin berkompetisi dengan pasar global maupun pasar domestik. Tuntutan konsumen atau pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan industri jasa yang semakin meningkat. Sebagai perusahaan yang selalu melakukan layanan atau transaksi terhadap nasabah maka penting bagi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian untuk memperhatikan bagaimana kualitas layanan antar karyawan terhadap nasabahnya. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*), (Parasuraman *et al.* 1985). Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya.

Pengukuran kualitas layanan dikembangkan oleh Parasuraman, *et al.* (1985) dalam model *Servqual* (*Service Quality*) yang terdapat lima dimensi utama yaitu *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati/perhatian), dan *reliability* (kehandalan). Menurut Tjiptono (2007 : 273) adapun pengertian dari *responsiveness* (daya tanggap), *assurance*

(jaminan), *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati/perhatian), dan *reliability* (kehandalan) adalah :

Responsiveness (Daya Tanggap), yakni kemampuan menjelaskan informasi yang disampaikan karyawan pada nasabah, hal ini mencakup kecepatan respon karyawan dalam menangani transaksi nasabah. Dalam hal ini, tidak hanya *frontliner* atau *teller* saja yang berhadapan langsung dengan nasabah, tetapi *security* PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian pun harus memiliki daya tanggap yang baik.

Assurance (Jaminan), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mampu memberikan kepercayaan dan menjamin uang nasabah, mampu melayani nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian dengan baik , dan memiliki kemampuan profesionalisme karyawan dalam memberikan komunikasi yang mudah dengan nasabahnya.

Tangibles (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi. Hal ini agar bertujuan memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan setiap transaksi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

Emphaty (Empati), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing nasabah. Karyawan yang bertugas sebagai *frontliner* (*teller* dan *customer service*) diharapkan memiliki kemampuan individu yang baik mengenai bagaimana menjadi relasi dengan nasabah dan mampu berkomunikasi dengan baik.

Reliability (Kehandalan), kemampuan untuk mewujudkan janji sesuai dengan yang telah dijanjikan secara tepat dan akurat. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian memiliki *Frontliner* (*teller* dan *customer service*) yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, akurat, dan mengetahui produk-produk PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian dengan baik.

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian sebagai Bank swasta yang semula memiliki status sebagai Bank Tabungan kemudian berganti menjadi Bank Umum melalui Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.055/KM.17/1993 tanggal 22 Maret 1993, PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) memiliki aktivitas pelayanan operasional kepada nasabah, baik simpanan maupun pinjaman. Namun aktivitas utama PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) adalah tetap mengkhususkan kepada pelayanan bagi para pensiunan dan pegawai aktif, karena pasar sasaran PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) adalah pensiunan. Pemilihan untuk penelitian ini yaitu PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian, dimana PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mempunyai jumlah nasabah pensiunan sebanyak 2.035 orang dari jumlah keseluruhan 2.148 nasabah, ini sesuai akumulasi jumlah nasabah setiap tahun yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dimana dari keseluruhan jumlah nasabah tersebut sekitar 94,74% merupakan nasabah pensiunan dan sisanya sekitar 5,26% merupakan nasabah umum di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian. (Sumber : Data Tahun 2016 Bulan Juli)

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mayoritas nasabahnya merupakan nasabah pensiunan. Dibandingkan dengan bank-bank kompetitor seperti Bank BRI, Bank Mandiri, Bank Jatim maupun yang lainnya. Nasabah pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian ini mayoritas umurnya diatas lima puluh tahun keatas dan membutuhkan pelayanan yang lebih dibandingkan dengan nasabah umumnya. Misalnya para karyawannya harus lebih perhatian, ramah dan lebih mengayomi dikarenakan para nasabahnya yang kebanyakan pensiunan sudah setengah baya. Saat ini semakin banyak perusahaan perbankan konvensional yang mendirikan mitra layanan pensiunan, seperti Bank BTN dan juga sekarang telah berdiri Bank Mantap yaitu Bank Mandiri Taspen Pos untuk menggarap bisnis pensiunan. Hal ini akan membuat PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) khususnya Cabang Krian merasa perlu untuk meningkatkan kualitas layanannya, agar nasabah merasa

nyaman dan puas terhadap layanan jasa yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa yaitu, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Maharani, 2010:73). Tujuan utama dari kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tidak dapat diperoleh dengan mudah. Terlebih dahulu perusahaan harus mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Banyak dampak yang bisa diperoleh dari perilaku nasabah yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sebagai penyedia jasa antara lain terbentuknya loyalitas, komunikasi lisan yang baik kepada teman, kerabat atau saudara, dan image atau citra yang positif akan sangat membantu usaha perbankan tersebut dalam bidang pemasarannya sehingga bank akan berusaha menempatkan dirinya sebaik mungkin dimata konsumen agar dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

- a. Apakah *responsiveness* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian?
- b. Apakah *assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian?

- c. Apakah *tangible* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian?
- d. Apakah *emphaty* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian?
- e. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh *assurance* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh *tangible* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.
- d. Menguji dan menganalisis pengaruh *emphaty* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.
- e. Menguji dan menganalisis pengaruh *reliability* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung.

a. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan bahan evaluasi bagi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mengenai kualitas layanan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

b. Bagi Akademis

Hal ini diharapkan dapat memberikan informasi pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas layanan berbasis *responsiveness*, *assurance*, *tangibles*, *emphaty*, dan *reliability* terhadap kepuasan nasabah pensiunan, sehingga dapat melengkapi dan mengembangkan penelitian yang akan datang.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman (2001:162), kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh unsur kualitas layanan. Unsur kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan) dan pelayanan yang dirasakan yang membentuk adanya konsep kualitas layanan. Parasuraman (2001:165) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Konsep kualitas layanan dari harapan yang diharapkan seperti dikemukakan di atas, ditentukan oleh empat faktor, yang saling terkait dalam memberikan suatu persepsi yang jelas dari harapan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan. Menurut Parasuraman (2001:162) keempat faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*), faktor ini sangat menentukan dalam pembentukan harapan pelanggan atas suatu jasa/pelayanan. Pemilihan untuk mengkonsumsi suatu jasa/pelayanan yang bermutu dalam banyak kasus dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengkonsumsi jasa tersebut sebelumnya.

- b. Kebutuhan pribadi (*personal need*), yaitu harapan pelanggan bervariasi tergantung pada karakteristik dan keadaan individu yang memengaruhi kebutuhan pribadinya.
- c. Pengalaman masa lalu (*past experience*), yaitu pengalaman pelanggan merasakan suatu pelayanan jasa tertentu di masa lalu memengaruhi tingkat harapannya untuk memperoleh pelayanan jasa yang sama di masa kini dan yang akan datang.
- d. Komunikasi eksternal (*company's external communication*) yaitu komunikasi eksternal yang digunakan oleh organisasi jasa sebagai pemberi pelayanan melalui berbagai bentuk upaya promosi juga memegang peranan dalam pembentukan harapan pelanggan.

Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga tingkat konsep kualitas layanan, yaitu:

- a. bermutu (*quality surprise*), bila kenyataan pelayanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan,
- b. memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan, dan
- c. tidak bermutu (*unacceptable quality*), bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

Parasuraman (2001:152) menyatakan bahwa untuk memperoleh kualitas layanan jasa yang optimal, banyak ditentukan oleh kemampuan dalam memadukan unsur-unsur yang saling berkaitan di dalam menunjukkan adanya suatu layanan yang terpadu dan utuh. Parasuraman (2001:26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

Inti dari konsep kualitas layanan adalah untuk menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang, yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan inti dari konsep kualitas layanan “RATER” kebanyakan organisasi kerja yang menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi layanan dalam organisasi kerjanya, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan atas berbagai pelayanan yang diberikan oleh pegawai dalam memenuhi tuntutan pelayanan masyarakat. Konsep “RATER” juga diterapkan dalam penerapan kualitas layanan baik pegawai pemerintah maupun non pemerintah dalam meningkatkan prestasi kerjanya. Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001:32) sebagai berikut.

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Setiap pegawai atau karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai atau karyawan untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.

2. Jaminan (*Assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai atau karyawan yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala

bentukurusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

3. Bukti Fisik (*Tangible*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

4. Empati (*Empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya

memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

5. Keandalan (*Reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001:48).

Tuntutan keandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.

Inti pelayanan keandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Sularso (2001:35), kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja (yang senyatanya diterima). Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin nasabah atau pelanggan akan merasa kecewa), demikian juga sebaliknya. Sedangkan menurut Tjiptono (2004:349) kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan

jasa. Menurut Tjiptono (2004:366) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu : sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, pembeli bayangan (*Ghost Shopping*), analisis pelanggan yang lari (*Lost Customer Analysis*).

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga pada perusahaan, sehingga memungkinkannya memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya banyak riset mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telfon, maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Tjiptono, 2004:367). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan dan bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *Ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

d. Analisis Pelanggan yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Pada metode ini perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.1.3 Mempertahankan Pelanggan

- a. Upaya mempertahankan pelanggan harus mendapat prioritas yang lebih besar dibandingkan upaya mendapatkan pelanggan baru. Pertama, umumnya lebih murah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah daripada menarik pelanggan baru. Berikut ini adalah cara dimana pemasar dapat menguatkan hubungan pelanggan mereka. Menganalisis pelanggan yang hilang. Titik tolak analisa pelanggan yang hilang terletak pada evaluasi keseluruhan pertumbuhan penjualan. Jika penjualan menurun, maka kemungkinan ada masalah dalam kepuasan pelanggan dan upaya mempertahankan pelanggan.
- b. Mengantisipasi masalah dalam mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini yang diperlukan adalah suatu sistem peringatan diri, yang menunjukkan masalah dengan waktu tunggu yang menandai untuk diadakannya tindakan koreksi. Survei terus-menerus mengenai keputusan konsumen terletak pada inti dari sistem peringatan ini.
- c. Meningkatkan upaya mempertahankan pelanggan, melalui beberapa cara antara lain adalah sebagai berikut.
 1. Membangun harapan yang realistis, kebanyakan dari perusahaan telah menciptakan harapan yang salah atau keliru dalam promosinya. Intinya hindari dari tindakan-tindakan yang berlebihan, konsumen mungkin percaya akan apa yang anda katakan dan menganggap anda bertanggung jawab.
 2. Memastikan kualitas produk dan jasa memenuhi harapan, kriteria kendali kualitas yang mendominasi sekarang menjadi konformitas dengan spesifikasi pelanggan.
 3. Memberikan garansi yang realitas, garansi produk dan jasa yang realitas akan direspon oleh konsumen karena realitas akan dapat meningkat.
 4. Memberikan informasi tentang penilaian produk, para desainer produk atau jasa harus sadar akan cara-cara dimana produk mereka cocok kedalam gaya hidup konsumen dan kemudian dipromosikan sedemikian rupa sehingga kinerja akan menandai kondisi yang benar-benar dialami konsumen.

5. Mengukuhkan loyalitas pelanggan, mereka mendapatkan bahwa loyalitas pelanggan asuransi dapat dilakukan oleh peringatan sekali-sekali bahwa perusahaan masih berminat kepada mereka.
6. Menanggapi keluhan secara serius dan bertindak dengan tanggung jawab, cara yang paling baik dalam menanggapi keluhan pelanggan adalah pernyataan langsung meminta maaf bahwa suatu yang salah secara serius disertai dengan penarikan kembali produk perusahaan mungkin dapat meredakan kemarahan konsumen.

2.1.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Tjiptono (2000:54) berpendapat bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan satu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Pernyataan di atas dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan, hubungan yang terjadi adalah hubungan kausal atau sebab-akibat. Artinya apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan baik, maka kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima oleh konsumen juga baik, dari sini kepuasan konsumen akan mendorong terciptanya sesuatu yang dinamakan loyalitas pelanggan.

Peningkatan pelayanan kepada konsumen pada hakekatnya dapat juga dirumuskan sebagai upaya nyata untuk dapat lebih memuaskan konsumen. Pelanggan atau konsumen akan lebih puas apabila layanan yang diberikan oleh pemberi jasa dalam hal ini PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian tersebut, dapat memenuhi harapan atau keinginan mereka. Jika layanan yang diterima oleh pelanggan sama atau melebihi dengan apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan layanan tersebut baik atau memuaskan. Akan

tetapi menjadi sebaliknya bila layanan yang diterima ternyata kurang dari apa yang diharapkan pelanggan, maka layanan tersebut dikatakan buruk atau tidak memuaskan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Hermin Wijaya (2012), Penelitian ini menggunakan alat analisis Path dengan 55 responden. Hasil penelitiannya adalah ada pengaruh signifikan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan Britama. Ada pengaruh signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Britama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Randuagung.

Penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Desy Kusuma Sari (2012) melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas layanan. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji 3 (tiga) hubungan variabel penting yaitu kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Jember. Dengan menggunakan metode *survey* 104 responden. Didapatkan hasil yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember.

Penelitian terdahulu yang ketiga dilakukan oleh Chirstina Okky Augusta Lovenia (2012), variabel yang digunakan yaitu wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*). Dengan teknik *purposive sampling*, yang secara individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian terdahulu yang keempat dilakukan oleh I Nyoman Rinala (2013) Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebesar 200 responden dengan teknik pengambilan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan

metode analisis faktor konfirmatori. Hasil dari penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan mahasiswa dan kualitas layanan akademik secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali.

Berdasarkan hasil dari ketiga penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terdapat persamaan dan perbedaan seperti yang tertera pada Tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan	
Hermin (2012)	Dimensi layanan, dan nasabah.	Kualitas kepuasan loyalitas	Path Analisis	Dimensi Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.
Desy (2012)	Variabel eksogen : Bukti fisik (X1) Empati (X2) Keandalan (X3) Daya Tanggap (X4) Jaminan (X5) Variabel endogen : Kepuasan nasabah (Z) Loyalitas nasabah (Y) Hipotesis (H)	Model Persamaan Struktural (SEM)	Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.	
Christina (2012)	<i>Tangible</i> (X1), <i>Reliability</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), <i>Assurance</i> (X4), <i>Emphaty</i> (X5), <i>Kepuasan</i> (Y).	Analisis Konfirmatori	Variabel-variabel secara individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.	

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

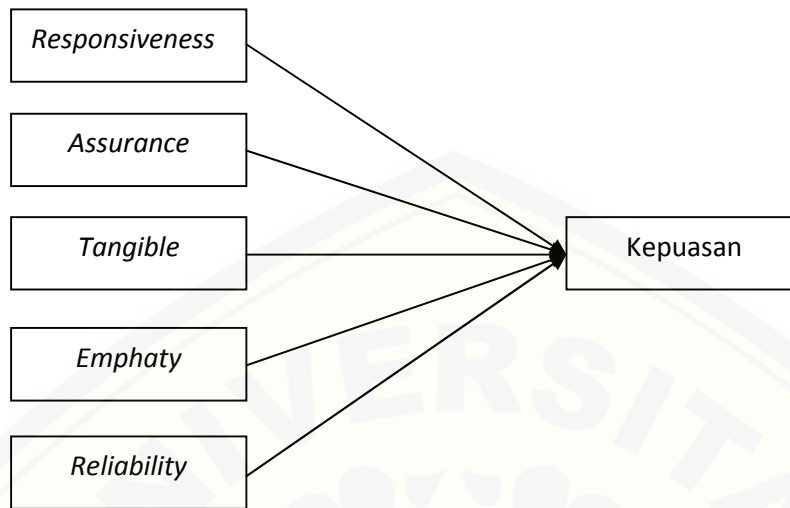
Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
Rinala (2013)	<i>Tangible</i> (X1), <i>Reliability</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), <i>Assurance</i> (X4), <i>Emphaty</i> (X5), <i>Loyalitas</i> (Y), <i>Kepuasan</i> (Z).	Analisis Konfirmatori	Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan mahasiswa dan kualitas pelayanan akademik secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa STP Nusa Dua Bali

Sumber : Hermin (2012), Desy (2012), Christina (2012) dan Rinala (2013).

Persamaan antara peneliti terdahulu dan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati dalam penelitian. Perbedaannya adalah peneliti terdahulu menggunakan alat analisis SEM (*Struktural Equation Model*), sedangkan peneliti sekarang menggunakan alat analisis regresi linier berganda.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut Sugiyono (2004:49), kerangka konseptual merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kualitas layanan ditunjukkan dengan memiliki 5 dimensi yang dikonsep “RATER” (*Responsiveness, Assurance, Tangible, Emphaty, Reliability*). Kualitas layanan erat kaitanya dengan kepuasan pelanggan, dalam jangka panjang hubungan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan kepuasan pelanggan yang tidak menyenangkan. Guna memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian dari penelitian ini, maka disusunlah kerangka konseptual seperti pada Gambar 2.1 sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2004 : 51). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.4.1 Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan

Responsiveness (Daya Tanggap), yakni kemampuan menjelaskan informasi yang disampaikan karyawan pada nasabah, hal ini mencakup kecepatan respon karyawan dalam menangani transaksi nasabah. Setiap pegawai atau karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai atau karyawan, Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan

mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif .

Hasil penelitian Nelwan *et al.* (2012) menyebutkan bahwa daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jessica Lauw dan Yohanes Sondang Kunto (2013) melakukan penelitian dengan hasil daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila pelayanan memiliki daya tanggap yang bagus, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₁ : Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2.4.2 Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan

Assurance (Jaminan), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan, Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai atau karyawan yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Hasil penelitian Hermin (2012) menyebutkan bahwa jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Desy (2012) juga melakukan penelitian yang serupa dengan hasil jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₂ : Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2.4.3 Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan

Tangibles (Bukti fisik) dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian Rinala (2013) membuktikan bahwa aspek fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Soenaryo (2015) juga melakukan penelitian dan didapatkan hasil bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₃ : Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2.4.4 Pengaruh Empati terhadap Kepuasan

Emphaty (Empati) dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh Octarina Dina Pratiwi (2015) menunjukan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₄ : Empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2.4.5 Pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan

Reliability (Kehandalan) adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.

Hasil penelitian Munawaroh (2000) mengatakan bahwa kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H₅ : Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian memuat suatu perencanaan, struktur, dan strategi penelitian dalam menjawab pertanyaan dan tentang informasi yang relevan sesuai dengan rencana kebutuhan penelitian. Sumber khusus darimana di peroleh, strategi untuk mengumpulkan dan bagaimana menganalisisnya (Sumarni dan Wahyuni, 2006 : 47).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Explanatory Research*, yaitu jenis penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan-hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen* atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. (Dimiyati, 2009 : 75).

3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan satu jenis data yaitu Data Primer. Data primer diperoleh dengan cara memberikan kuisisioner kepada nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian. Data yang diperlukan oleh peneliti berupa jawaban nasabah tentang pengaruh kualitas layanan berbasis *responsiveness, assurance, tangible, emphaty, dan reliability* terhadap kepuasan.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuisisioner. Metode kuisisioner dalam penelitian ini memberikan kuisisioner kepada nasabah yang berisi pernyataan. Kuisisioner dalam penelitian ini berdasarkan indikator dari *responsiveness, tangible, emphaty, dan reliability* terhadap kepuasan nasabah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah nasabah pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pensiunan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012 : 117). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sudah menjadi nasabah pensiun pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian minimal selama 1 (satu) tahun dan melakukan transaksi atau pengambilan pensiunan langsung di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian.

Menurut Ferdinand (2002:51) ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 (lima) sampai dengan 10 (sepuluh) mengacu pada Ferdinand, maka ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden.

3.4 Identifikasi Variabel

a. *Independent Variable*(Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain atau variabel yang diduga sebagai sebab dari variabel *dependen*, (Sekaran, 2003 : 91). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang terdiri dari :

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*) X1
2. Jaminan (*Assurance*) X2
3. Bukti Fisik (*Tangible*) X3
4. Empati (*Empaty*) X4
5. Keandalan (*Reliability*) X5

b. *Dependen Variable* (Variabel Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independen* atau variabel yang diduga sebagai akibat dari variabel *independen* (Sekaran, 2003 : 91). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian.

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*) yakni keinginan para staf untuk memberikan pelayanan yang diberikan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian kepada nasabah sesuai dengan tingkat pemahaman dan tindak lanjut dalam merespon suatu pelayanan yang diterima. Adapun indikator dari Daya Tanggap menurut Tjiptono (2007:278) adalah:

1. kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan,
2. layanan yang segera/cepat dari karyawan perusahaan,
3. karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan, dan
4. karyawan yang tidak terlampau sibuk sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.

b. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan, bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan. Adapun indikator dari Jaminan menurut Tjiptono (2007:278) adalah:

1. karyawan yang terpercaya,

2. perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa,
 3. karyawan selalu bersikap sopan terhadap para pelanggan, dan
 4. karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.
- c. Bukti fisik (*Tangibles*)
- Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Pemberian pelayanan sesuai ketersediaan sarana, fasilitas dan keahlian karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian yang secara nyata diterapkan kepada nasabah. Adapun indikator dari Bukti Fisik menurut Tjiptono (2007:278) adalah:
1. peralatan mutakhir/modern,
 2. fasilitas fisik yang berdaya tarik,
 3. karyawan yang berpenampilan menarik, dan
 4. fasilitas fisik yang sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan.
- d. Empati (*Emphaty*)
- Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, cara komunikasi yang baik, perhatian pribadi karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian yang mengerti akan kebutuhan nasabah. Adapun indikator dari Empati menurut Tjiptono (2007:278) adalah:
1. perhatian individual dari perusahaan,
 2. tidak membedakan dalam pelayanan, dan
 3. karyawan yang memahami kebutuhan spesifik para pelanggan.
- e. Keandalan (*Reliability*)
- Keandalan (*reliability*) yakni, kemampuan baik untuk memberi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian dan berhubungan dengan kinerja yang terkait. Adapun indikator dari Keandalan menurut Tjiptono (2007:278) adalah:
1. bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan pasti akan direalisasikan,

2. jasa disampaikan secara benar semenjak kali pertama,
 3. jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan
 4. sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.
- f. Kepuasan Nasabah, yaitu nilai atau penawaran yang diperoleh nasabah dari kualitas pelayanan jasa setelah mereka melakukan hubungan dengan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian. Adapun Indikator dari Kepuasan menurut menurut Tjiptono (2007:281) antara lain:
1. kepuasan terhadap daya tanggap yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian,
 2. kepuasan terhadap jaminan yang bebas dari resiko bahaya dalam bertransaksi,
 3. kepuasan terhadap bukti fisik berupa fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian,
 4. kepuasan terhadap empati atau perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada seluruh nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian, dan
 5. kepuasan terhadap kehandalan karyawan dalam menyelesaikan masalah nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.

3.5.2 Skala Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu proses dimana suatu angka atau simbol diletakan pada karakteristik atau properti suatu stimuli sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan (Ghozali, 2005 : 3). Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert dengan 5 pilihan jawaban. Menurut Sugiyono (2011 : 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Hasil dari jawaban diberi skor sebagai berikut :

- | | |
|------------------|----------|
| a. Sangat Setuju | : skor 5 |
| b. Setuju | : skor 4 |
| c. Netral | : skor 3 |

- d. Tidak Setuju : skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : skor 1

3.6 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respons yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran (Silalahi, 2009 : 29). Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu item pertanyaan atau pernyataan cocok untuk dijadikan alat ukur untuk variabel yang akan diukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel korelasi pada derajat bebas dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Instrumen harus valid dan reliabel (dapat diandalkan). Instrumen dikatakan valid apabila benar serta sesuai dengan data instrument dan dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-hasil yang konsisten dan stabil. Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode *alpha* (α) yang digunakan dalam metode *cronbach*. Uji reliabilitas menggunakan metode *cronbach alpha*, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* > 0.60 dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2005:42) :

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

Dimana :

= koefisien reliabilitas

k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel

pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,06.

3.7 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test* dengan menetapkan derajat keyakinan () sebesar 5%. Uji ini dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas (Priyatno, 2010:71). Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria, jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Langkah-langkah uji normalitas data yaitu:

- a. Merumuskan hipotesis
 H_0 : data berdistribusi normal
 H_a : data tidak berdistribusi normal
- b. Menentukan tingkat signifikan
Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%.
- c. Menarik kesimpulan
 1. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan > , maka H_0 diterima (data berdistribusi normal)
 2. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan < , maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Regresi Linear Berganda

Secara umum model regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + er$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta

$b_1 \dots b_n$ = Nilai koefisien regresi/parameter koefisien regresi variabel independen

X_1 = Variabel *responsiveness*

X_2 = Variabel *assurance*

X_3 = Variabel *tangible*

X_4 = Variabel *emphaty*

X_5 = Variabel *reliability*

er = Kesalahan pengganggu dalam persamaan

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan dengan empat macam cara yaitu, uji multikolinieritas, uji normalitas model, uji heteroskedasitas dan uji autokorelasi. Namun pada penelitian ini uji asumsi yang digunakan ada tiga, yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas dan uji normalitas model.

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai kolerasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi kolerasi diantaranya variabel bebasnya. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel-variabel tidak *orthogonal*, yaitu kolerasi diantara variabel tidak nol. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *ToleranceValue* dan *VarianceInflation Factor (VIF)*. Metode ini diajukan untuk mendeteksi variabel-variabel mana yang menyebabkan terjadinya multikolinearitas. Suatu model regresi yang bebas adalah yang mempunyai nilai VIF disekitas angka 1 dan angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas atau sebaliknya (Ghozali, 2011:164).

2. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model terdapat varian yang tidak sama dalam semua pengamatan.

Penelitian ini menggunakan uji Glejser (*Glejser Test*) dalam menguji ada tidaknya heteroskedasitas. Pengujian heteroskedasitas dengan uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai residual dan nilai absolut terhadap seluruh variabel bebas, jika nilai signifikan $> 5\%$ maka tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali, 2011:166).

3. Uji Normalitas Model

Uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah faktor kesalahan mengikuti distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai peran distribusi normal atau mendekati. Deteksi normalitas menurut Ghozali (2011:192) dapat melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- 1) Jika menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

3.8.3 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2008:83) Uji t dilakukan dengan maksud untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,10$). Langkah-langkah pengujian uji t adalah sebagai berikut:

a) Memformulasikan H_0 dan H_a

1) Hipotesis 1

- a. $H_0 : b_0 = 0$
- b. $H_a : b_0 \neq 0$

2) Hipotesis 2

- a. $H_0 : b_0 = 0$
- b. $H_a : b_0 \neq 0$

3) Hipotesis 3

a. $H_{03} : b_{03} = 0$

b. $H_{a3} : b_{03} \neq 0$

4) Hipotesis 4

a. $H_{04} : b_{04} = 0$

b. $H_{a4} : b_{04} \neq 0$

5) Hipotesis 5

a. $H_{05} : b_{05} = 0$

b. $H_{a5} : b_{05} \neq 0$

b) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 10% (0,10)

c) Aturan pengambilan keputusan

Uji ini dilakukan dengan melihat signifikansi tabel *coefficients* pada hasil regresi dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

d) Menarik kesimpulan

Langkah terakhir dalam menguji hipotesis adalah mengambil keputusan untuk menolak atau menerima H_0 . Keputusan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

a. Jika H_{01} diterima maka hipotesis penelitian H_{a1} ditolak yang artinya *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Jika H_{01} ditolak maka hipotesis penelitian H_{a1} diterima yang artinya *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) Hipotesis 2

a. Jika H_{02} diterima maka hipotesis penelitian H_{a2} ditolak yang artinya *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Jika H_{02} ditolak maka hipotesis penelitian H_{a2} diterima yang artinya *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3) Hipotesis 3

- c. Jika $H0_3$ diterima maka hipotesis penelitian Ha_3 ditolak yang artinya *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- d. Jika $H0_3$ ditolak maka hipotesis penelitian Ha_3 diterima yang artinya *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4) Hipotesis 4

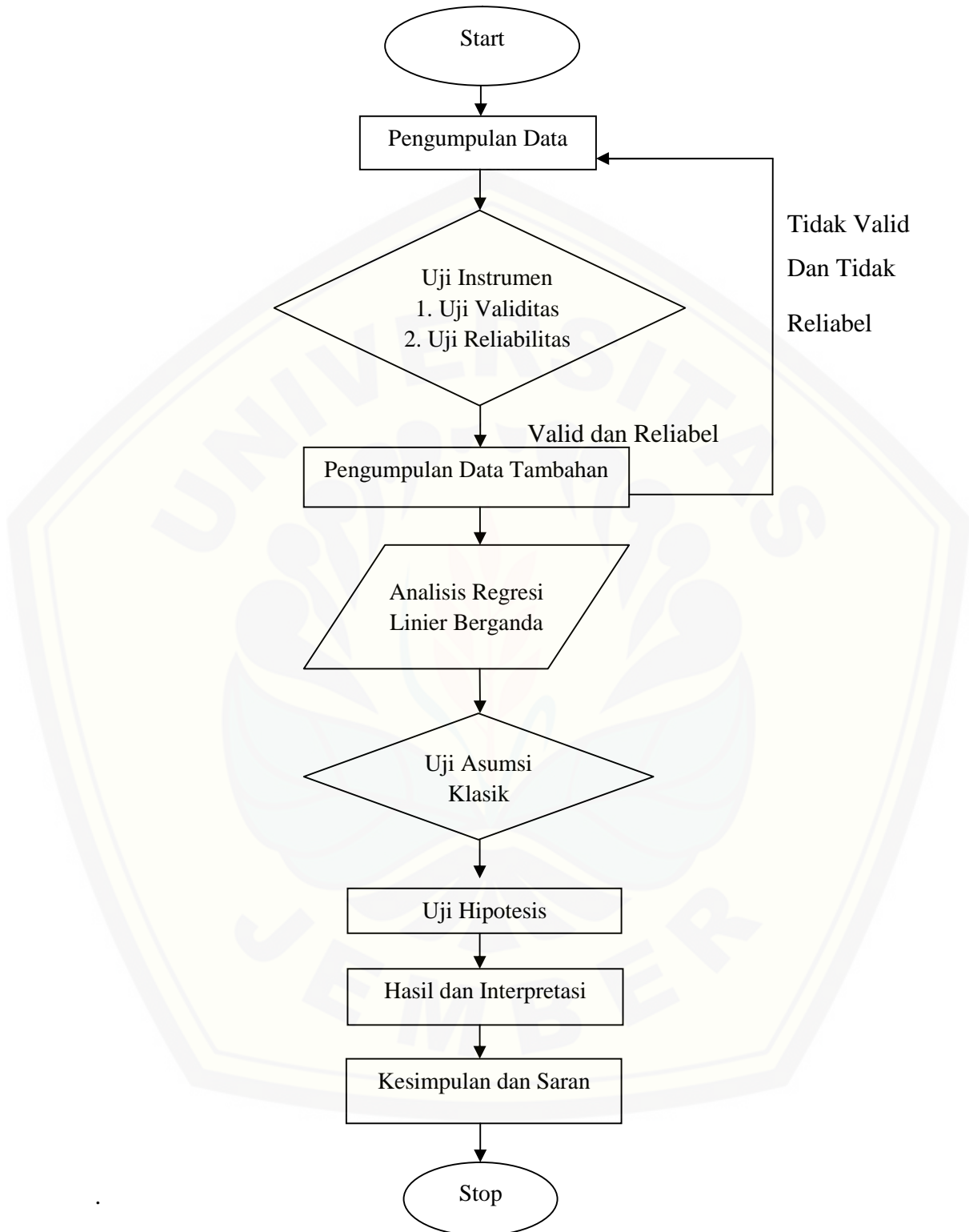
- a. Jika $H0_4$ diterima maka hipotesis penelitian Ha_4 ditolak yang artinya *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Jika $H0_4$ ditolak maka hipotesis penelitian Ha_4 diterima yang artinya *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5) Hipotesis 5

- a. Jika $H0_5$ diterima maka hipotesis penelitian Ha_5 ditolak yang artinya *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Jika $H0_5$ ditolak maka hipotesis penelitian Ha_5 diterima yang artinya *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3.9 Kerangka Pemecahan Masalah

Proses dalam penyelesaian permasalahan, maka dapat digambarkan kerangka pemecahan masalah dalam gambar 3.1 sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

1. Start

Merupakan tahap persiapan atau tahapan awal sebelum melakukan penelitian.

2. Pengumpulan Data Awal

Tahap dimana peneliti mengumpulkan data awal sebanyak 30 responden untuk pengujian instrumen.

3. Uji Instrumen :

- a. Uji Validitas, untuk mengetahui layak tidaknya suatu instrumen untuk digunakan.
- b. Uji Reliabilitas, untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas dari nilai hasil skala pengukuran tertentu.

4. Pengumpulan Data Tambahan

tahap dimana peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk mendukung kelengkapan sebuah penelitian.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menghitung pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap variabel bebas dan variabel terikat.

6. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedasitas dan Uji Normalitas Model. Jika terjadi multikolinearitas dan heteroskedasitas maka harus kembali menguji model regresi linear berganda.

7. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji t. Hal ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

8. Pembahasan,

Menjelaskan hasil dari penelitian setelah dilakukan pengolahan data.

9. Kesimpulan dan saran

Menarik suatu kesimpulan berdasarkan hasil yang diperoleh dan memberikan saran dari hasil penelitian tersebut.

10. Stop yaitu, Penyelesaian akhir dari hasil penelitian antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis variabel *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *emphaty* (empati) dan *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Daya Tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan.
2. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan.
3. Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan.
4. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan.
5. Kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pensiunan.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan, kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi instansi terkait, PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah maupun calon nasabah.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan responden yang dipilih memiliki pendidikan akhir minimal SMA. Agar lebih mudah dalam mengisi kuisisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Christina Okky Augusta Lovenia. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Semarang : Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Dahlan, Siamat. 2004. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Edisi Keempat, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Desy Kusuma Sari. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Kantor Cabang Jember. *Skripsi*. Jember. Manajemen Universitas Jember.
- Dimiyati, Mohammad. 2008. Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Loyalitas Nasabah Debitur Kreditur Usaha Kecil Perbankan di Kabupaten Jember. *Disertasi*. Universitas Airlangga.
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS versi 5.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hartono M, Jogyanto. 2007. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 5. Yogyakarta : BPFU-UGM.
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jessica Lauw dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (1): 1-7.
- Kotler, Philip. 2001. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice Hall Int Inc. Millenium Edition, Englewood Cliffs.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* : Edisi Milinium Jilid 2. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Lovelock, Christopher dan Lauren K Wright. 2010. *Managing Service: Marketing, Operations and Human Resources*. London: Prentice Hall Int Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi Rambat, dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Salemba Empat
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Murti, Sumarni dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta
- Octarina Dina Pertiwi. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang. *Jurnal*. 12 (2): 1695-928
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research. *Journal of Marketing*.49 (5): 41-50.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. *SERVQUAL* : a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64 (1): 12-40.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta : MediaKom.
- I Nyoman Rinala. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *e-Journal Pascasarjana Program Studi Administrasi Pendidikan*. 4 (1): 1-12.
- Maharani, Astri Dhiah, *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2010.
- Munawaroh, Munjiati. 2000. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis*. 2 (5): 199-134.

- Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta : PT.Gramedia.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business : A Skill Building Approach*. USA : John Wiley and Sons Hich.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Keempat, Jilid 2.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama
- Soenaryo, Jason. 2015. Analisis Pengaruh Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty dan Tangible Agen PT. AJ Sequislife Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cabang Surabaya – Trusty. *Jurnal. AGORA* 3 (1): 23-28.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*.Cetakan Keenam. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sumarni dan Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sularso, Andi. 2001. *Manajemen Jasa*. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Tjiptono, Fandi. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit : Andi Offset
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Tjiptono, Fandi. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Pemasaran Jasa*.Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Manajemen Jasa*. Edisi keempat. Malang : Bayumedia Publishing
- Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : Badan Penerbit Universitas Jember.

Hermin Wijaya. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Unit Randuagung. Skripsi. Jember. Manajemen Universitas Jember.

<http://www.btpn.com>



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN BERBASIS *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE, *TANGIBLES*, *EMPHATY*, *RELIABILITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENSIUNAN DI PT. BANK TABUNGAN
PENSIUNAN NASIONAL (BTPN) CABANG KRIAN

Kepada

Yth. Nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian
Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Berbasis *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangibles*, *Emphaty* dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Cabang Krian” dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi daftar pertanyaan yang saya sertakan dibawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Anna Cahyaning Rudyanti

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Usia :
3. Pendidikan terakhir :
 - a. SD/SMP/SMA
 - b. Diploma
 - c. Sarjana
 - d. Pasca Sarjana
4. Purna Bakti dari :
 - a. TNI/POLRI
 - b. Pegawai Negeri
 - c. BUMN dari :
 - a) Angkasa Pura
 - b) Pertamina
 - c) PLN
 - d) Telkom
 - e) Lain-lain :
5. Pendapatan :
 - a. 1.000.000,00 – 2.000.000,00
 - b. 2.000.000,00 – 3.000.000,00
 - c. 3.000.000,00 – 5.000.000,00
 - d. > 5.000.000

6. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah PT. BTPN Cabang Krian :
 - a. 1 – 5 Tahun
 - b. > 5 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang sesuai dengan pilihan anda. Setiap responden diharapkan memilih hanya 1(satu) jawaban.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : skor 2
3. Netral (N) : skor 3
4. Setuju (S) : skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : skor 5

C. Daftar Pernyataan**Daya Tanggap (X1)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Penyampaian informasi oleh karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian disampaikan dengan jelas kepada nasabah.					
2	Layanan yang cepat dan tanggap kepada nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
3	Semua keluhan nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian segera direspon oleh Petugas.					
4	Merespon setiap masalah nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					

Jaminan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian menanamkan kepercayaan kepada nasabah.					
2	Membuat nasabah aman dalam melakukan transaksi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
3	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian selalu bersikap sopan terhadap para nasabah.					
4	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian melaksanakan pelayanan sesuai prosedur yang benar.					

Bukti Fisik (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Peralatan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian sudah menggunakan teknologi modern					
2	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian memperhatikan kelengkapan fasilitasnya..					
3	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian memperhatikan kerapian karyawannya.					
4	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian memperhatikan kebersihan ruangnya.					

Empati (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mampu memahami segala keinginan dan kebutuhan para nasabah.					
2	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan).					

3	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian memperhatikan keluhan yang disampaikan oleh nasabah.					
---	--	--	--	--	--	--

Kehandalan (X5)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kehandalan dalam melayani masalah nasabah.					
2	Ketepatan karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian dalam memberikan informasi.					
3	Kemampuan karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian dalam menyelesaikan transaksi sesuai yang diharapkan nasabah.					
4	Karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian mampu memberikan pelayanan sesuai dengan promosi yang telah dijanjikan dan di tawarkan dengan cepat.					

Kepuasan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas terhadap daya tanggap yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
2	Saya puas terhadap jaminan yang bebas dari resiko bahaya dalam bertransaksi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
3	Saya puas terhadap bukti fisik berupa fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
4	Saya puas terhadap empati atau perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada seluruh nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					
5	Saya puas terhadap kehandalan karyawan dalam menyelesaikan masalah nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Cabang Krian.					

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisisioner

No	Responsiveness				Jumlah	Assurance				Jumlah	Tangible				Jumlah	Empathy			Jumlah	Reliability				Jumlah	Kepuasan					Jumlah
	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4		X 2.1	X 2.2	X 2.3	X 2.4		X 3.1	X 3.2	X 3.3	X 3.4		X 4.1	X 4.2	X 4.3		X 5.1	X 5.2	X 5.3	X 5.4		Y 1.1	Y 1.2	Y 1.3	Y 1.4	Y 1.5	
1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	4	4	3	14	3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	5	16	3	4	4	5	16	5	4	4	4	17	3	4	4	11	3	4	4	4	15	3	4	4	5	4	20
4	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	3	4	17	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	24
7	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	4	4	3	14	3	3	4	3	3	16
8	3	4	4	5	16	3	4	4	5	16	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	5	4	19	3	4	4	5	4	20
9	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	5	5	19	5	5	5	4	4	23
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
11	3	5	4	4	16	3	5	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	12	5	5	5	4	19	3	5	4	4	4	20
12	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	19
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	4	5	13	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21
14	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18	4	5	4	13	4	5	5	4	18	4	4	5	5	5	23
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
16	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	4	4	13	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24
17	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	5	4	14	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24
18	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	5	4	5	5	24
19	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	5	5	4	14	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	21
20	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21

22	3	3	4	5	15	4	5	4	3	16	4	4	5	4	17	5	5	4	14	4	4	4	5	17	4	5	5	4	4	22
23	3	4	4	5	16	3	5	4	4	16	3	5	5	5	18	5	4	5	14	4	5	4	5	18	5	5	5	4	4	23
24	4	4	4	5	17	3	5	4	4	16	3	5	5	5	18	4	4	5	13	4	5	4	5	18	5	5	5	4	4	23
25	3	3	4	5	15	4	5	4	3	16	4	5	5	5	19	4	4	5	13	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23
26	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	5	5	14	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	24
27	2	4	5	4	15	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	5	5	14	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	24
28	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	5	5	17	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24
29	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	3	5	5	18	4	4	5	13	4	5	5	4	18	5	4	5	4	5	23
30	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	5	3	4	5	17	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	24
31	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	3	4	4	11	4	4	5	4	17	4	5	5	4	5	23
32	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	3	4	5	17	4	4	4	12	5	4	5	5	19	4	5	5	4	4	22
33	3	5	5	4	17	5	4	5	5	19	5	3	4	5	17	4	4	4	12	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23
34	4	4	4	3	15	5	3	4	4	16	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
35	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
36	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	5	4	5	4	23
37	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	5	5	4	18	4	5	4	5	4	22
38	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	4	5	5	19	4	5	5	5	4	23
39	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	4	4	5	13	4	5	4	5	18	4	5	5	4	5	23
40	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	5	4	5	14	5	4	4	5	18	5	4	5	4	5	23
41	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	5	4	5	14	4	5	4	5	18	4	4	4	4	5	21
42	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	5	5	4	14	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	21
43	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	5	5	4	18	4	4	5	5	4	22
44	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	12	5	5	5	4	19	5	5	5	4	4	23
45	2	3	4	3	12	4	3	4	3	14	4	3	4	4	15	4	4	5	13	4	5	4	5	18	5	4	5	4	4	22
46	4	4	4	3	15	5	3	4	4	16	5	4	3	4	16	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24
47	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	4	5	3	5	17	4	5	5	14	5	4	4	4	17	4	4	4	5	4	21

48	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	5	4	13	5	4	5	4	18	4	5	4	4	4	21
49	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	23
50	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	21
51	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	3	3	5	5	16	4	4	3	11	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	21
52	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	3	5	5	4	17	4	4	3	11	5	4	5	5	19	5	4	4	4	5	22
53	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18	3	5	5	5	18	4	3	3	10	5	4	4	5	18	4	5	4	4	4	21
54	3	5	4	5	17	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
55	3	4	4	5	16	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	23
56	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	5	5	4	19	4	4	4	5	4	21
57	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	4	4	13	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21
58	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	4	5	5	14	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	5	5	5	5	24
60	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	4	13	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	22
61	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	4	3	17	5	5	4	14	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	22
62	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18	5	5	4	3	17	5	4	4	13	5	4	5	5	19	4	4	5	5	4	22
63	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20
64	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	4	4	5	13	4	5	5	5	19	5	5	4	4	4	22
65	4	5	5	5	19	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	3	4	5	12	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	22
66	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	3	5	5	13	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24
67	4	5	5	3	17	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	3	5	4	12	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	23
68	4	3	5	4	16	5	5	5	4	19	4	5	4	4	17	3	5	5	13	4	5	4	4	17	4	4	5	5	5	23
69	4	3	5	4	16	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	4	4	5	13	5	5	5	4	19	4	4	5	4	5	22
70	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17	5	3	4	5	17	4	3	5	12	5	5	5	4	19	4	5	5	5	4	23
71	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	3	3	4	5	15	4	3	5	12	5	5	5	4	19	4	5	4	4	4	21
72	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	4	5	13	5	5	5	4	19	5	4	4	4	4	21
73	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	3	4	12	5	4	4	5	18	4	4	4	4	4	20

74	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	5	17	5	4	5	4	5	23
75	4	5	5	5	19	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	5	3	4	12	4	4	5	5	18	4	5	5	5	5	24
76	5	4	5	5	19	5	3	5	5	18	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	4	5	5	18	5	4	5	5	5	24
77	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	5	3	4	12	4	4	4	5	17	4	4	4	5	4	21
78	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	4	3	3	10	4	4	5	5	18	5	5	4	4	4	22
79	5	5	4	4	18	3	4	4	3	14	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	22
80	4	5	4	5	18	5	5	4	3	17	4	5	4	5	18	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	5	4	5	4	22
81	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	13	4	5	4	4	17	5	4	5	4	5	23
82	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	4	5	5	14	4	5	5	4	18	5	4	5	5	5	24
83	5	5	5	4	19	3	5	5	5	18	5	5	5	4	19	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	5	4	4	23
84	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18	4	5	5	14	5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	22
85	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	5	3	5	13	5	4	5	4	18	5	5	4	4	4	22
86	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	3	12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23
87	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	4	4	3	11	5	5	4	5	19	5	4	5	4	4	22
88	5	5	5	5	20	4	5	5	3	17	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
89	5	4	5	5	19	4	5	4	3	16	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	4	5	5	4	23
90	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	4	5	5	18	5	5	5	5	4	24
91	5	4	5	5	19	4	4	4	3	15	5	4	5	5	19	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24
92	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	4	14	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	23
93	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
94	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	5	5	4	14	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	23
95	4	5	5	5	19	4	4	3	5	16	4	5	5	5	19	4	5	5	14	4	5	5	5	19	4	5	5	5	4	23
96	4	4	5	4	17	5	5	3	5	18	4	4	5	4	17	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	22
97	5	4	4	4	17	5	5	3	5	18	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	21
98	4	4	4	5	17	3	5	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	14	5	4	4	5	18	4	4	4	5	5	22
99	5	4	4	5	18	3	3	4	4	14	5	4	4	5	18	4	5	4	13	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	22

100	4	4	5	4	17	5	3	3	4	15	4	4	5	4	17	4	3	5	12	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	21
101	4	4	5	5	18	4	3	5	4	16	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	5	5	4	18	4	4	5	5	4	22
102	4	4	5	5	18	5	3	5	4	17	4	4	5	5	18	5	4	4	13	4	4	5	4	17	4	4	5	5	5	23
103	5	5	4	5	19	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	5	4	4	13	4	4	4	5	17	5	5	4	5	4	23
104	5	5	4	4	18	3	4	4	3	14	5	5	4	4	18	5	4	4	13	5	5	4	4	18	5	5	4	4	4	22
105	4	4	4	4	16	5	3	5	3	16	4	4	4	4	16	5	4	4	13	5	5	4	4	18	4	4	4	4	5	21
106	5	4	4	4	17	5	3	5	4	17	5	4	4	4	17	4	5	5	14	4	5	5	4	18	5	4	4	4	4	21
107	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	4	5	14	4	5	5	4	18	4	5	5	5	5	24
108	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	5	5	14	5	5	5	4	19	5	5	4	5	4	23
109	5	5	4	5	19	4	5	3	4	16	5	5	4	5	19	5	4	4	13	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	24
110	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	4	14	4	5	4	5	18	4	5	5	4	5	23
111	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	5	4	4	13	5	4	4	5	18	4	5	4	4	5	22
112	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18	4	5	4	13	4	4	5	5	18	5	4	5	4	4	22
113	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	4	5	4	13	5	5	5	4	19	5	4	4	4	5	22
114	4	4	5	5	18	5	3	3	5	16	4	4	5	5	18	5	4	4	13	4	5	5	4	18	4	4	5	5	5	23
115	5	5	5	5	20	5	3	3	5	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
116	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	23
117	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	5	5	4	14	5	4	4	4	17	4	5	5	5	5	24
118	5	5	5	4	19	5	3	4	4	16	5	5	5	4	19	4	5	4	13	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24
119	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	4	4	4	12	5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	23
120	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	5	4	4	13	4	5	5	5	19	5	4	4	4	4	21



Lampiran 3 Karakteristik Responden**JenisKelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	37.5	37.5	37.5
	Perempuan	75	62.5	62.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	52 Tahun	1	.8	.8	.8
	53 Tahun	1	.8	.8	1.7
	54 Tahun	2	1.7	1.7	3.3
	55 Tahun	1	.8	.8	4.2
	56 Tahun	3	2.5	2.5	6.7
	57 Tahun	3	2.5	2.5	9.2
	58 Tahun	3	2.5	2.5	11.7
	59 Tahun	2	1.7	1.7	13.3
	60 Tahun	2	1.7	1.7	15.0
	61 Tahun	4	3.3	3.3	18.3
	62 Tahun	5	4.2	4.2	22.5
	63 Tahun	4	3.3	3.3	25.8
	64 Tahun	7	5.8	5.8	31.7
	65 Tahun	6	5.0	5.0	36.7
	65Tahun	1	.8	.8	37.5
	66 Tahun	13	10.8	10.8	48.3
	67 Tahun	6	5.0	5.0	53.3
	68 Tahun	8	6.7	6.7	60.0
	69 Tahun	4	3.3	3.3	63.3

70 Tahun	4	3.3	3.3	66.7
71 Tahun	5	4.2	4.2	70.8
72 Tahun	3	2.5	2.5	73.3
73 Tahun	6	5.0	5.0	78.3
74 Tahun	4	3.3	3.3	81.7
75 Tahun	5	4.2	4.2	85.8
76 Tahun	5	4.2	4.2	90.0
77 Tahun	4	3.3	3.3	93.3
79 Tahun	3	2.5	2.5	95.8
80 Tahun	1	.8	.8	96.7
81 Tahun	2	1.7	1.7	98.3
82 Tahun	1	.8	.8	99.2
84 Tahun	1	.8	.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	23	19.2	19.2	19.2
	Pascasarjana	9	7.5	7.5	26.7
	Sarjana	38	31.7	31.7	58.3
	SD	20	16.7	16.7	75.0
	SMA	14	11.7	11.7	86.7
	SMP	16	13.3	13.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Purna Bakti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid AngkasaPura	3	2.5	2.5	2.5
PegawaiNegeri	65	54.2	54.2	56.7
Pertamina	4	3.3	3.3	60.0
PJKA	8	6.7	6.7	66.7
PLN	7	5.8	5.8	72.5
POLRI	10	8.3	8.3	80.8
PU BinaMarga	4	3.3	3.3	84.2
TELKOM	4	3.3	3.3	87.5
TNI	15	12.5	12.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Pensiunan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >Rp 5.000.000	15	12.5	12.5	12.5
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	46	38.3	38.3	50.8
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	29	24.2	24.2	75.0
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	30	25.0	25.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Lamanya Jadi Pensiunan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 5 Tahun	96	80.0	80.0	80.0
1-5 Tahun	24	20.0	20.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 4 Jawaban Responden**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	120	12.00	20.00	17.4167	1.60138
X2	120	12.00	20.00	17.1833	1.56637
X3	120	12.00	20.00	17.6000	1.35597
X4	120	9.00	15.00	12.9333	1.17204
X5	120	14.00	20.00	17.8667	1.17347
Y	120	15.00	25.00	22.2250	1.61121
Valid N (listwise)	120				

Lampiran 5 Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas 30 Responden

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.606**	.397*	.246	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.030	.190	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.606**	1	.428*	.347	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.061	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.397*	.428*	1	.121	.647**
	Sig. (2-tailed)	.030	.018		.526	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.246	.347	.121	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.190	.061	.526		.001
	N	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.832**	.825**	.647**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.424*	.375*	.473**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.020	.041	.008	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.424*	1	.183	.305	.653**
	Sig. (2-tailed)	.020		.333	.101	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.375*	.183	1	.356	.646**
	Sig. (2-tailed)	.041	.333		.053	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.473**	.305	.356	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.008	.101	.053		.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.814**	.653**	.646**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	-.213	.206	.110	.381*
	Sig. (2-tailed)		.259	.276	.561	.038
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	-.213	1	.405*	.348	.646**
	Sig. (2-tailed)	.259		.026	.059	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.206	.405*	1	.453*	.807**
	Sig. (2-tailed)	.276	.026		.012	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.110	.348	.453*	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.561	.059	.012		.000
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.381*	.646**	.807**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.685**	.366*	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.047	.000
	N	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.685**	1	.477**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000
	N	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.366*	.477**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.047	.008		.000
	N	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.846**	.878**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.424*	.340	.273	.749**
	Sig. (2-tailed)		.020	.066	.145	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	.424*	1	.306	.299	.729**
	Sig. (2-tailed)	.020		.101	.109	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	.340	.306	1	.075	.604**
	Sig. (2-tailed)	.066	.101		.693	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.4	Pearson Correlation	.273	.299	.075	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.145	.109	.693		.000
	N	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.749**	.729**	.604**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.545**	.593**	.406*	.657**	.860**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.026	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.545**	1	.424*	.366*	.401*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.002		.020	.047	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.593**	.424*	1	.248	.469**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.001	.020		.186	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.406*	.366*	.248	1	.596**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.026	.047	.186		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.657**	.401*	.469**	.596**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.009	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.860**	.714**	.721**	.679**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Hasil Uji Realibilitas 30 Responden

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	5

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	6

3. Hasil Uji Validitas 120 Responden

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.331**	.218*	.211*	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.021	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.331**	1	.180*	.293**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.050	.001	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.218*	.180*	1	.105	.538**
	Sig. (2-tailed)	.017	.050		.255	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.211*	.293**	.105	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.255		.000
	N	120	120	120	120	120
X1	Pearson Correlation	.725**	.693**	.538**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.023	.119	.337**	.617**
	Sig. (2-tailed)		.799	.197	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.023	1	.098	.177	.564**
	Sig. (2-tailed)	.799		.286	.054	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.119	.098	1	.068	.518**
	Sig. (2-tailed)	.197	.286		.463	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.337**	.177	.068	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.054	.463		.000
	N	120	120	120	120	120
X2	Pearson Correlation	.617**	.564**	.518**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.039	-.059	.014	.446**
	Sig. (2-tailed)		.675	.525	.877	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.039	1	.240**	.064	.643**
	Sig. (2-tailed)	.675		.008	.488	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	-.059	.240**	1	.171	.588**
	Sig. (2-tailed)	.525	.008		.062	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.014	.064	.171	1	.542**
	Sig. (2-tailed)	.877	.488	.062		.000
	N	120	120	120	120	120
X3	Pearson Correlation	.446**	.643**	.588**	.542**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.079	.015	.571**
	Sig. (2-tailed)		.390	.873	.000
	N	120	120	120	120
X4.2	Pearson Correlation	.079	1	.247**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.390		.007	.000
	N	120	120	120	120
X4.3	Pearson Correlation	.015	.247**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.873	.007		.000
	N	120	120	120	120
X4	Pearson Correlation	.571**	.706**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

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

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.091	.195*	.150	.663**
	Sig. (2-tailed)		.321	.033	.102	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.2	Pearson Correlation	.091	1	.117	-.061	.494**
	Sig. (2-tailed)	.321		.205	.510	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.3	Pearson Correlation	.195*	.117	1	-.017	.575**
	Sig. (2-tailed)	.033	.205		.856	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.4	Pearson Correlation	.150	-.061	-.017	1	.492**
	Sig. (2-tailed)	.102	.510	.856		.000
	N	120	120	120	120	120
X5	Pearson Correlation	.663**	.494**	.575**	.492**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

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

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	.223 ⁺	.256 ^{**}	.074	.229 ⁺	.616 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.014	.005	.422	.012	.000
N	120	120	120	120	120	120
Y.2 Pearson Correlation	.223 ⁺	1	.115	.215 ⁺	.177	.577 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.014		.210	.018	.054	.000
N	120	120	120	120	120	120
Y.3 Pearson Correlation	.256 ^{**}	.115	1	.101	.339 ^{**}	.605 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.005	.210		.273	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120
Y.4 Pearson Correlation	.074	.215 ⁺	.101	1	.225 ⁺	.535 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.422	.018	.273		.014	.000
N	120	120	120	120	120	120
Y.5 Pearson Correlation	.229 ⁺	.177	.339 ^{**}	.225 ⁺	1	.652 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.012	.054	.000	.014		.000
N	120	120	120	120	120	120
Y Pearson Correlation	.616 ^{**}	.577 ^{**}	.605 ^{**}	.535 ^{**}	.652 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	120	120	120	120	120	120

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

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

4. Hasil Uji Reliabilitas 120 Responden

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	5

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	5

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	5

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	4

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	5

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	6

5. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N		120	120	120	120	120	120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.4167	17.1833	17.6000	12.9333	17.8667	22.2250
	Std. Deviation	1.60138	1.56637	1.35597	1.17204	1.17347	1.61121
Most Extreme Differences	Absolute	.184	.157	.216	.198	.195	.168
	Positive	.108	.125	.142	.144	.155	.107
	Negative	-.184	-.157	-.216	-.198	-.195	-.168
Test Statistic		.184	.157	.216	.198	.195	.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112 ^c	.106 ^c	.147 ^c	.167 ^c	.098 ^c	.200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.465	1.17813

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.695	5	30.139	21.714	.000 ^b
	Residual	158.230	114	1.388		
	Total	308.925	119			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X3, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.058	2.131		.966	.336
	X1	.285	.089	.283	3.205	.002
	X2	.173	.079	.168	2.172	.032
	X3	.305	.098	.257	3.118	.002
	X4	.235	.100	.171	2.359	.020
	X5	.214	.098	.156	2.180	.031

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.058	2.131		.966	.336		
X1	.285	.089	.283	3.205	.002	.576	1.736
X2	.173	.079	.168	2.172	.032	.752	1.329
X3	.305	.098	.257	3.118	.002	.662	1.512
X4	.235	.100	.171	2.359	.020	.856	1.168
X5	.214	.098	.156	2.180	.031	.877	1.140

a. Dependent Variable: Y

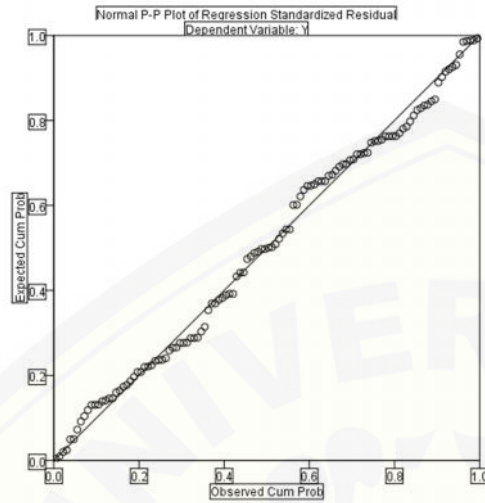
b. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.090	1.227		1.704	.091
X1	-.090	.051	-.211	-1.768	.080
X2	.031	.046	.072	.687	.493
X3	-.028	.056	-.056	-.503	.616
X4	.078	.057	.134	1.365	.175
X5	-.036	.057	-.062	-.638	.525

a. Dependent Variable: RES1

c. Uji Normalitas Model



Lampiran 8 Uji Hipotesis

a. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.058	2.131		.966	.336
	X1	.285	.089	.283	3.205	.002
	X2	.173	.079	.168	2.172	.032
	X3	.305	.098	.257	3.118	.002
	X4	.235	.100	.171	2.359	.020
	X5	.214	.098	.156	2.180	.031

a. Dependent Variable: Y

b. Uji Koefisienan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.465	1.17813

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Rtabel

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 10 tTabel

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67745	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98696	2.36896	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326

Lampiran 11Ftabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75