



PENGARUH TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BPRS LANTABUR JOMBANG

Ashlihah¹

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Email: ashlihah@unwaha.ac.id

Article History:

Submitted:

01-26-2019

Accepted:

01-26-2019

Published:

01-26-2019

URL: <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v2i1.950>

DOI: 10.32682/jpekbm.v2i1.950

Abstract

Knowing the characteristics of customers at PT. BPRS Lantabur is the initial goal of this research. The aim is to find out customer satisfaction and the quality of service. Dependent and independent variables were used to determine the level of service satisfaction with observation and interview questionnaire methods. From the results of the analysis it is known that the characteristics of the customers of PT. BPRS Lantabur Jombang is dominated by male clients, has a profession in the private sector, has a high school education and has become a customer in the range of 1-2 years. The level of service quality of PT. BPRS Lantabur is a good category. While customer satisfaction is in the high category. Partially the reliability and responsiveness variables have no effect on customer satisfaction, while the assurance, empathy and tangible variables have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously service quality has a significant effect on customer satisfaction of PT. BPRS Lantabur Jombang.

Keyword: *Service level, satisfaction, service quality*

Abstrak

Mengenal karakteristik nasabah pada PT.BPRS Lantabur merupakan tujuan awal dari penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui kepuasan nasabah dan kualitas pelayanannya. *Dependent* dan *independent variable* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan layanan dengan metode angket obserasi dan wawancara. Dari hasil analisis tersebut diketahui bahwa karakteristik nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang didominasi oleh nasabah berjenis kelamin laki-laki, berprofesi di bidang swasta, berpendidikan SMA dan telah menjadi nasabah pada kisaran 1-2 tahun. Tingkat kualitas pelayanan PT. BPRS



Lantabur termasuk kategori yang baik. Sedangkan kepuasan nasabah termasuk kategori yang tinggi. Secara parsial variabel reliability dan responsiveness tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel assurance, empathy dan tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang.

Kata kunci: *Tingkat pelayanan, kepuasan, kualitas pelayanan*

Pendahuluan

Kepuasan nasabah sangatlah penting bagi perbankan, karena bagusnya tidaknya pelayanan bias dilihat dari kepuasan dan ketidakpuasan nasabah. Nasabah memang harus diberikan pelayanan yang baik dan cepat yang berkaitan dengan transaksi bank. Apabila pelayanan perbankan kurang baik, maka mereka akan lebih memilih menjadi nasabah dari bank pesaing. Jika itu terjadi, akan menyebabkan penurunan pendapatan perbankan dan pada gilirannya akan menurunkan laba bahkan kerugian. Untuk mengantisipasi hal tersebut, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah.

Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya yang bergerak dibidang jasa perbankan, tepatnya adalah PT. BPRS Lantabur Jombang adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan nasabah. Untuk menunjang pengelolaan aktifitas perbankan maka perlu adanya tingkat pelayanan nasabah, sebab dengan adanya tingkat pelayanan nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan nasabah pada bank. Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah. Kualitas layanan berarti seberapa jauh pelayanan yang diterima oleh konsumen atau nasabah.

Untuk itu diperlukan beberapa langkah, diantaranya; mengetahui karakteristik nasabah, tingkat kepuasan nasabah, sehingga dapat mengetahui korelasi pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Landasan Teori

Untuk mendukung reliabilitas suatu penelitian, dapat dibutuhkan teori yang mendasarinya. Demikian pula penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang". Ada beberapa teori yang mendukung dan mendasarinya. Teori-teori tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Parasuraman et al (1988) mengartikan kualitas sebagai suatu bentuk sikap, berhubungan namun tidak sama dengan kepuasan, yang merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual. Namun kualitas pelayanan dan kepuasan dibentuk dari hal yang berbeda. Menurut Parasuraman, et al (1998) service quality didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan konsumen.

2. Ukuran Kualitas Layanan

Leonard L. Berry dan Parasuraman dalam Marketing Services Competing Through Quality (dalam buku Transformasi Manajemen Pemasaran) yang dikutip oleh Kotler, mengungkapkan ada 5 faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu:

- a. Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.
- b. Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemauan dan karyawan dan pengusaha untuk mampu membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen.
- c. Assurance (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
- d. Emphaty (perhatian), yaitu kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- e. Tangible (wujud fisik), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi.

3. Kepuasan Pelanggan/Konsumen

Zeithami menyatakan: kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh konsumen baik itu perasaan senang ataupun kecewa terhadap suatu produk atau jasa.

4. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan (Kotler. 2000: 38).

- a. Complaint and suggestion system (Sistem keluhan dan saran) banyak perusahaan yang berhubungan dengan langganan membuka kotak saran dan menerima keluhan-keluhan yang dialami oleh langganan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran keluhan serta kritik setelah mereka sampai ditempat tujuan. Saran-saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat anggap terhadap kritik dan saran tersebut.
 - b. Customer satisfaction surveys (survey kepuasan pelanggan). Tingkat keluhan yang disampaikan oleh konsumen tidak bisa disimpulkan secara umum untuk mengukur kepuasan konsumen pada umumnya. Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan melalui survey, melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Atau ada perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.
 - c. Ghost shopping (pembeli bayangan). Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri, pembeli-pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan-pelayanan yang melayaninya, juga ia melaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan mengambil keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang-orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus juga turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen
- Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:
- a. Kualitas produk
Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang.
 - b. Kualitas layanan
Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapannya.
 - c. Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal
 - d. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
 - e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

6. Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen

Ada 5 faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan satu-persatu dari 5 faktor tersebut yang memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen.

a. Hubungan Reliability/Kehandalan Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman dkk (1998) berpendapat Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.

Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

7. Hubungan Responsiveness/Daya Tanggap Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman dkk (1998), Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemauan dan karyawan dan pengusaha untuk mampu membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen. Dalam hal ini dibutuhkan kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan konsumen. Pelayanan yang tidak tanggap atau memberikan informasi dengan tidak jelas akan membuat konsumen merasa tidak puas.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

8. Hubungan Assurance/Jaminan Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman dkk (1998) Assurance (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Adanya jaminan dan kepastian dari perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Jaminan dan kepastian terhadap keamanan dari suatu perusahaan akan membuat konsumen

merasa aman dan tanpa ragu-ragu akan memilih produk dalam perusahaan tersebut.

Hubungan jaminan terhadap kepuasan konsumen adalah semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

9. Hubungan Emphaty/Perhatian Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman dkk (1998) Emphaty (perhatian), yaitu kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen dan memahami kebutuhan konsumen secara spesifik. Kepedulian atau perhatian khusus terhadap segala kebutuhan konsumen dan keluhan konsumen akan berpengaruh juga pada kepuasan konsumen, karena konsumen akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan.

Hubungan perhatian dengan kepuasan konsumen adalah semakin baik persepsi konsumen terhadap perhatian yang diberikan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap perhatian yang diberikan perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

10. Hubungan Tangible/Wujud Fisik Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman dkk (1998) Tangible (wujud fisik), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen. Pada saat bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan konsumen, karena dengan adanya bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi.

Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Metode Penelitian

A. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang, nasabah yang menjadi responden yang akan diberi pertanyaan berupa kuesioner maupun wawancara langsung untuk mendapatkan informasi

2. Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah Kualitas Layanan sebagai variabel independen (X), dan Kepuasan Nasabah sebagai variabel dependen (Y)

B. Waktu dan Lokasi

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 19 Maret 2018 sampai 29 Maret 2018.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Lantabur Jombang, Ruko Citra Niaga, Jl. A. Yani, Jombang kecamatan Jombang, kabupaten Jombang, Jawa Timur.

C. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (independent variable)

Variabel bebas adalah variabel yang tidak terikat pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas layanan, yaitu: Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance dan Empathy.

b. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah variabel yang terikat pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang.

2. Definisi Variabel

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan utama berbisnis adalah membuat pelanggan puas dan bersedia terus-menerus menjalin hubungan dengan perusahaan.

Berikut variabel-variabel kualitas layanan:

- 1) Reability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.
- 2) Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemauan dan karyawan dan pengusaha untuk mampu membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen.
- 3) Assurance (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
- 4) Emphaty (empati), yaitu kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- 5) Tangible (wujud fisik), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi

b. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pelayanan yang diberikan kepada nasabah

3. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan dengan rentang skala penilaian sebagai berikut:

- Sangat tidak setuju : nilai 1
- Tidak setuju : nilai 2
- Netral : nilai 3
- Setuju : nilai 4
- Sangat setuju : nilai

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah di PT. BPRS Lantabur Jombang.

2. Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil 100 responden nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang kongkrit, maka peneliti teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner)

Jenis instrumen yang dipakai berupa angket (kuesioner), yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006: 151).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket tertutup dengan tujuan untuk menghindari tambahan jawaban responden yang sifatnya tidak penting.

2. Metode Observasi

Menurut Arikunto (2006:156) observasi merupakan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

Adapun jenis observasi yang ingin peneliti gunakan adalah observasi non-participan dan non-sistematis di mana peneliti tidak ikut andil dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh obyek penelitian dan dengan tidak menggunakan pedoman sebagai instrumen pengamatan. Jadi, peneliti hanya sebagai pengamat saja.

3. Metode Wawancara

Menurut Arikunto, S. (2006:104) bahwa : “Wawancara adalah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara”. Jadi wawancara adalah teknik pengumpul data yang dilakukan dengan berdialog secara langsung. Dalam penelitian ini

dipergunakan wawancara berstruktur dimana pertanyaan wawancara sudah dipersiapkan dalam bentuk pedoman wawancara.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Hasil penelitian berdasarkan deskripsi identitas responden pada karakteristik nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang meliputi jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan lama menjadi nasabah. adapun gambaran umum objek penelitian disajikan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin responden untuk masing-masing kelompok dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
Laki-laki	69	69.0%
Perempuan	31	31.0%
Jumlah	100	100 %

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden, responden laki-laki sebanyak 69 responden (69%), dan 31 responden (31%) perempuan. Dari data tersebut menunjukkan sebagian besar nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang adalah laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
Petani	11	11%
wiraswasta	58	58%
pegawai swasta	23	23%
PNS	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden dengan pekerjaan petani sebanyak 11 orang atau 11%, wiraswasta sebanyak 58 responden atau 58%, pegawai swasta sebanyak 23 responden atau 23% dan 8 responden atau 8% berprofesi sebagai PNS. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa nasabah nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang berprofesi sebagai wiraswasta.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Usia	Jumlah Responden	Prosentase
SD	-	-
SMP	26	26,0
SMA	62	62,0
Perguruan Tinggi	12	12,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan, dari 100 responden sebanyak 26 responden berpendidikan SMP, sebanyak 62 responden berpendidikan SMA, sedangkan 12 responden berpendidikan perguruan tinggi. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang berpendidikan SMA.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan lama menjadi nasabah

Deskripsi responden berdasarkan lama menjadi nasabah secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Jumlah Responden	Prosentase
1-2 tahun	53	53%
3-4 tahun	33	33%
5-6 tahun	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang, sebanyak 53 responden atau 53% telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun, 33 responden atau 33% telah menjadi nasabah selama 3-4 tahun, sedangkan 14 responden atau 14% telah menjadi nasabah selama 5-6 tahun. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden telah menjadi nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang selama 1-2 tahun.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam kuesioner dapat mengukur konsep yang diinginkan. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *product moment pearson*. Jika nilai korelasi *product moment pearson* nilainya lebih besar dari r tabel, maka item-item pertanyaan dapat dinyatakan valid. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 13.0. Berikut adalah hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas data penelitian:

Tabel 4.5
Uji Validitas variabel Reliability (X₁)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{1.1}	0.609	0,3	Valid
X _{1.2}	0.596	0,3	Valid
X _{1.3}	0.448	0,3	Valid
X _{1.4}	0.401	0,3	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel reliability (X₁) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan (indikator) yang mengukur setiap variabel reliability dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas variabel Responsivenes (X₂)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{2.1}	0.620	0,3	Valid
X _{2.2}	0.705	0,3	Valid
X _{2.3}	0.718	0,3	Valid
X _{2.4}	0.588	0,3	Valid
X _{2.5}	0.596	0,3	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel responsivenes (X₂) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan (indikator) yang mengukur setiap variabel responsivenes dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Uji Validitas variabel assurance (X₃)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{3.1}	0.403	0,3	Valid
X _{3.2}	0.622	0,3	Valid
X _{3.3}	0.590	0,3	Valid
X _{3.4}	0.669	0,3	Valid
X _{3.5}	0.437	0,3	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel assurance (X₃) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan (indikator) yang mengukur setiap variabel assurance dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Uji Validitas variabel empathy (X₄)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{4.1}	0.553	0,3	Valid
X _{4.2}	0.600	0,3	Valid
X _{4.3}	0.600	0,3	Valid
X _{4.4}	0.519	0,3	Valid
X _{4.5}	0.553	0,3	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel empathy (X₄) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan (indikator) yang mengukur setiap variabel *emphaty* dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Uji Validitas variabel tangible (X₅)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{5.1}	.501	0,3	Valid
X _{5.2}	.628	0,3	Valid
X _{5.3}	.640	0,3	Valid
X _{5.4}	.596	0,3	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel *tangible* (X₅) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan (indikator) yang mengukur setiap variabel *tangible* dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Uji Validitas variabel kepuasan (Y)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y _{1.1}	0.648	0,3	Valid
Y _{1.2}	0.735	0,3	Valid
Y _{1.3}	0.701	0,3	Valid
Y _{1.4}	0.722	0,3	Valid
Y _{1.5}	0.759	0,3	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa semua indikator item pertanyaan variabel kepuasan (Y) atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai *r Pearson* yang lebih besar dari nilai r tabel (0,3), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan

(indikator) yang mengukur setiap variabel kepuasan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dengan demikian *reliabilitas* menunjuk pada tingkat keterhandalan suatu *instrument* (Arikunto, 2002:154). Suatu instrument dapat dikatakan handal atau *reliable* apabila memiliki nilai koefisien kehandalan atau *alpha* lebih dari atau sama dengan 0,6.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1	Reliability	0.716	Reliabel
2	Responsiveness	0.841	Reliabel
3	Assurance	0.771	Reliabel
4	Emphaty	0.786	Reliabel
5	Tangible	0.783	Reliabel
6	Kepuasan	0.880	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji *reliable* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa seluruh item variabel yang digunakan adalah *reliable*, dimana setiap item variabel mempunyai nilai koefisien *Alpha* lebih dari 0,6. Artinya bahwa alat ukur ini *reliable* dan mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya.

C. Deskripsi Jawaban Responden

Diskripsi jawaban responden dapat menggambarkan tanggapan responden atas kuesioner yang telah diberikan kepada responden yaitu mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengetahui diskripsi jawaban responden tersebut maka secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Reliability (X₁)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, deskripsi variabel *reliability* (X₁) disajikan pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel *reliability* (X₁)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	CS	%	S	%	SS	%		
X _{1.1}	0	0.0	1	1.0	8	8.0	67	67.0	24	24.0	414	Baik
X _{1.2}	0	0.0	2	2.0	12	12.0	66	66.0	20	20.0	404	Baik
X _{1.3}	0	0.0	1	1.0	14	14.0	56	56.0	29	29.0	413	Baik
X _{1.4}	0	0.0	2	2.0	19	19.0	49	49.0	30	30.0	407	Baik
Rata-rata											410	Baik

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.12 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang reliability. Pada item pernyataan karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi ($X_{1.1}$) ditemukan sebanyak 67 responden atau 67% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 414 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki daya tanggap yang baik ketika nasabah mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa diminta bantuan ($X_{1.2}$) ditemukan sebanyak 66 responden atau 66% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 404 yang berada pada rentang baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki daya tanggap yang baik ketika diminta bantuan nasabah.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi ($X_{1.3}$) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 413 yang berada pada baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan memberikan pelayanan yang cepat ketika melakukan transaksi.

Pada item pernyataan karyawan BPRS Lantabur Jombang menyampaikan informasi mengenai perbankan secara jelas ($X_{1.4}$) ditemukan sebanyak 49 responden atau 49% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 407 yang berada pada rentang baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang dapat menyampaikan informasi perbankan secara jelas kepada nasabah.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel reliability sebesar 410 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kehandalan karyawan BPRS Lantabur Jombang adalah baik.

2. Variabel Responsiveness (X_2)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, deskripsi variabel Responsiveness (X_2) disajikan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Responsiveness (X_2)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	KS	%	S	%	SS	%		
X _{2.1}	0	0.0	2	2.0	18	18.0	55	55.0	25	25.0	403	Baik
X _{2.2}	0	0.0	3	3.0	14	14.0	56	56.0	27	27.0	407	Baik
X _{2.3}	0	0.0	2	2.0	20	20.0	60	60.0	18	18.0	394	Baik

X _{2.4}	0	0.0	2	2.0	20	20.0	56	56.0	22	22.0	398	Baik
X _{2.5}	0	0.0	0	0.0	24	24.0	53	53.0	23	23.0	399	Baik
Rata-rata											400	Baik

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.13 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang responsiveness. Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu memberikan pelayanan kepada nasabah secara akurat/tepat (X_{2.1}) ditemukan sebanyak 55 responden atau 55% menyatakan cukup setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 403 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu memberikan pelayanan kepada nasabah secara akurat/tepat.

Pada item pernyataan karyawan BPRS Lantabur Jombang memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa membedakan status atau latar belakang nasabah (X_{2.2}) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56 % menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 407 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut bermakna bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa membedakan status atau latar belakang nasabah.

Pada item pernyataan karyawan BPRS Lantabur Jombang tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan (X_{2.3}) ditemukan sebanyak 60 responden atau 60% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 394 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang bersikap simpatik kepada nasabah (X_{2.4}) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 398 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang bersikap simpatik kepada nasabah.

Pada item pernyataan karyawan BPRS Lantabur Jombang tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi (X_{2.5}) ditemukan sebanyak 53 responden atau 53% menyatakan cukup setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 399 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa karyawan BPRS Lantabur Jombang tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel responsiveness sebesar 400 yang termasuk dalam rentang tinggi. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa respon yang karyawan BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik.

3. Variabel Assurance (X_3)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner, deskripsi variabel assurance (X_3) disajikan pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Assurance (X_3)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	KS	%	S	%	SS	%		
X _{3.1}	0	0.0	0	0.0	17	17.0	54	54.0	29	29.0	412	Baik
X _{3.2}	0	0.0	3	3.0	16	16.0	57	57.0	24	24.0	402	Baik
X _{3.3}	0	0.0	5	5.0	14	14.0	49	49.0	32	32.0	408	Baik
X _{3.4}	0	0.0	5	5.0	14	14.0	55	55.0	26	26.0	402	Baik
X _{3.5}	0	0.0	1	1.0	16	16.0	58	58.0	25	25.0	407	Baik
Rata-rata											406	Baik

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.14 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang assurance. Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan ($X_{3.1}$) ditemukan sebanyak 54 responden atau 54% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 412 yang berada pada kategori baik. Hasil bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu mengedepankan keramah tamahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah ($X_{3.2}$) ditemukan sebanyak 57 responden atau 57% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 402 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu mengedepankan keramah tamahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Pada item Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu mengedepankan keseporan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah ($X_{3.3}$) ditemukan sebanyak 49 responden atau 49% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 408 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu mengedepankan keseporan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang terampil dalam memberikan informasi kepada nasabah ($X_{3.4}$) ditemukan sebanyak 55 responden atau 55% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 402 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang terampil dalam memberikan informasi kepada nasabah.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang menjadi tempat yang terpercaya dalam menyimpan uang ($X_{3.5}$) ditemukan

sebanyak 58 responden atau 58% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 407 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang menjadi tempat yang terpercaya dalam menyimpan uang.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel assurance sebesar 406 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa assurance BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik.

4. Variabel Emphaty (X₄)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, deskripsi variabel emphaty (X₄) disajikan pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Emphaty(X₄)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	KS	%	S	%	SS	%		
X _{4.1}	0	0.0	0	0.0	15	15.0	61	61.0	24	24.0	409	baik
X _{4.2}	0	0.0	2	2.0	22	22.0	56	56.0	20	20.0	394	Baik
X _{4.3}	0	0.0	2	2.0	18	18.0	45	45.0	35	35.0	413	Baik
X _{4.4}	0	0.0	1	1.0	12	12.0	52	52.0	35	35.0	421	Sangat baik
X _{4.5}	0	0.0	2	2.0	17	17.0	48	48.0	33	33.0	412	Baik
Rata-rata											410	Baik

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.15 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang emphaty. Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu memberikan perhatian kepada nasabah yang bertransaksi (X_{4.1}) ditemukan sebanyak 61 responden atau 61% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 409 yang berada pada kategori baik. Hasil bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu memberikan perhatian kepada nasabah yang bertransaksi.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memahami kebutuhan nasabah (X_{4.2}) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 394 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memahami kebutuhan nasabah.

Pada item Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan layanan yang nyaman pada nasabah (X_{4.3}) ditemukan sebanyak 45 responden atau 45% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 413 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan layanan yang nyaman pada nasabah.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu menyampaikan informasi kepada nasabah sampai nasabah benar-benar mengerti (X_{4.4}) ditemukan sebanyak 52 responden atau 52% menyatakan

setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 421 yang berada pada kategori sangat baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu menyampaikan informasi kepada nasabah sampai nasabah benar-benar mengerti.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan pelayanan yang sabar kepada nasabah ($X_{4.5}$) ditemukan sebanyak 48 responden atau 48% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 412 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan pelayanan yang sabar kepada nasabah.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel empathy sebesar 410 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa empathy BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik.

5. Variabel Tangible (X_5)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner, deskripsi variabel tangible (X_5) disajikan pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Disiplin Kerja (X_5)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	KS	%	S	%	SS	%		
$X_{5.1}$	0	0.0	0	0.0	13	13.0	56	56.0	31	31.0	418	Baik
$X_{5.2}$	0	0.0	0	0.0	14	14.0	47	47.0	39	39.0	425	Baik sekali
$X_{5.3}$	0	0.0	1	1.0	22	22.0	44	44.0	33	33.0	409	Baikl
$X_{5.4}$	0	0.0	3	3.0	20	20.0	53	53.0	24	24.0	398	Baik
Rata-rata											413	Baik

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.16 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang tangible. Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu terjaga kebersihan dan kenyamanannya ($X_{5.1}$) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 418 yang berada pada kategori baik. Hasil bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu terjaga kebersihan dan kenyamanannya.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu berpakaian dan berpenampilan rapih dan pantas/sopan ($X_{5.2}$) ditemukan sebanyak 47 responden atau 47% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 425 yang berada pada kategori baik sekali. Hasil tersebut bermakna bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang selalu berpakaian dan berpenampilan rapih dan pantas/sopan.

Pada item Karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki lokasi yang strategis sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh para nasabah ($X_{5.3}$) ditemukan sebanyak 44 responden atau 44% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 409 yang berada pada

kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang memiliki lokasi yang strategis sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh para nasabah.

Pada item pernyataan Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan layanan secara profesional ($X_{4.4}$) ditemukan sebanyak 53 responden atau 53% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 398 yang berada pada kategori baik. Hasil tersebut menyatakan bahwa Karyawan BPRS Lantabur Jombang mampu memberikan layanan secara profesional.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel tangible sebesar 413 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tangible BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik.

6. Variabel kepuasan (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, deskripsi variabel kepuasan (Y) disajikan pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16

Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel kepuasan (Y)

Item	Jawaban Responden										Rentang skala	ket
	STS	%	TS	%	KS	%	S	%	SS	%		
Y _{1.1}	0	0.0	1	1.0	18	18.0	61	61.0	20	20.0	400	Puas
Y _{1.2}	0	0.0	1	1.0	22	22.0	54	54.0	23	23.0	399	Puas
Y _{1.3}	0	0.0	0	0.0	27	27.0	56	56.0	17	17.0	390	Puas
Y _{1.4}	0	0.0	0	0.0	25	25.0	50	50.0	25	25.0	400	Puas
Y _{1.5}	0	0.0	1	1.0	25	25.0	47	47.0	27	27.0	400	Puas
Rata-rata											399	Puas

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.16 menjelaskan tentang deskripsi jawaban responden tentang kepuasan. Pada item pernyataan Nasabah merasakan seluruh pelayan BPRS Lantabur Jombang yang dibutuhkan sangat memuaskan (Y_{1.1}) ditemukan sebanyak 61 responden atau 61% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 400 yang berada pada kategori puas. Hasil bermakna bahwa nasabah merasa puas dengan pelayan BPRS Lantabur Jombang.

Pada item pernyataan Nasabah merasakan seluruh pelayan BPRS Lantabur Jombang lebih memuaskan dari layanan bank lainnya (Y_{1.2}) ditemukan sebanyak 54 responden atau 54% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 399 yang berada pada kategori puas. Hasil tersebut bermakna bahwa nasabah merasakan puas dengan seluruh pelayan BPRS Lantabur Jombang dibandingkan layanan bank lainnya.

Pada item pernyataan Nasabah akan terus menggunakan layanan BPRS Lantabur Jombang (Y_{1.3}) ditemukan sebanyak 56 responden atau 56% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 390

yang berada pada kategori puas. Hasil tersebut menyatakan bahwa Nasabah puas dan akan terus menggunakan layanan BPRS Lantabur Jombang.

Pada item pernyataan Nasabah percaya bahwa BPRS Lantabur Jombang merupakan bank yang terbaik ($Y_{1.4}$) ditemukan sebanyak 50 responden atau 50% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 400 yang berada pada kategori puas. Hasil tersebut menyatakan bahwa Nasabah percaya bahwa BPRS Lantabur Jombang merupakan bank yang terbaik.

Pada item pernyataan Layanan BPRS Lantabur Jombang telah memenuhi harapan nasabah ($Y_{1.5}$) ditemukan sebanyak 47 responden atau 47% menyatakan setuju, sedangkan hasil skor rentang skala sebesar 400 yang berada pada kategori puas. Hasil tersebut menyatakan bahwa Layanan BPRS Lantabur Jombang telah memenuhi harapan nasabah.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel kepuasan sebesar 399 yang termasuk dalam rentang skala puas. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah BPRS Lantabur Jombang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

D. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SPSS 13 didapatkan ringkasan seperti berikut:

Tabel 4.17
Ringkasan uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t_{hitung}	Signifikan	Keterangan
Konstanta	2.142			
Reliability (X1)	0.191	1.544	0.126	Tidak Signifikan
Responsiveness (X2)	0.145	1.642	0.104	Tidak Signifikan
Assurance (X3)	0.289	3.127	0.002	Signifikan
Emphaty (X4)	0.319	2.917	0.004	Signifikan
Tangible (X5)	0.217	2.381	0.019	Signifikan
R	= 0.874			
Adjust R Square	= 0.764			
F-hitung	= 60.786			
F-tabel ($F_{2,94,0.05}$)	= 5.080			
Signifikansi F	= 0.000			
t-tabel ($t_{99,0.05}$)	= 1.98			

Sumber: Lampiran 5

Dari tabel 4.13, diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.142 + 0,191X_1 + 0,145X_2 + 0,289X_3 + 0,319X_4 + 0,217X_5 + \epsilon$$

Interpretasi model regresi tersebut adalah sebagai berikut :

- $\alpha = 2.142$, nilai konstanta bernilai positif, ini menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel-variabel bebas (reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible), maka kepuasan nasabah tetap positif sebesar 2.142.
- $\beta_1 = 0,191$ Koefisien regresi positif dapat diartikan bahwa semakin meningkat reliability, semakin meningkat juga kepuasan nasabah.
- $\beta_2 = 0,145$ Koefisien regresi positif, dapat diartikan bahwa semakin meningkat responsiveness, semakin meningkat juga kepuasan nasabah.
- $\beta_3 = 0,289$ Koefisien regresi positif, dapat diartikan bahwa semakin meningkat assurance, semakin meningkat juga kepuasan nasabah.
- $\beta_4 = 0,319$ Koefisien regresi positif, dapat diartikan bahwa semakin meningkat emphaty, semakin meningkat juga kepuasan nasabah.
- $\beta_5 = 0,217$ Koefisien regresi positif, dapat diartikan bahwa semakin meningkat tangible, semakin meningkat juga kepuasan nasabah.

E. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis 1 (Uji F)

Pengujian secara simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel yang digunakan dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y. Semua variabel tersebut diuji secara serentak dengan menggunakan uji F.

Tabel 4.18
Hasil Uji F / Serempak

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H_0 : variabel Independent tidak berpengaruh nyata secara serentak terhadap Y	$F = 60.786$ $sig = 0.000$	Tolak H_0
H_1 : variabel independent berpengaruh nyata secara serentak terhadap Y	$F_{tabel} = 5.080$	

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 60.786 dan nilai F_{tabel} sebesar 5.080, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05), sehingga H_0 ditolak. Artinya bahwa secara simultan / serentak, variabel Independent (reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible) berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap variabel dependent (kepuasan nasabah).

2. Uji Hipotesis 2 (Uji T)

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hubungan tersebut, digunakan uji t, yakni

dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Pengujian hipotesis koefisien regresi masing-masing variabel independent terhadap variabel Y dapat dituliskan dalam tabel 4.19 berikut:

Tabel 4.19
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel independent

Variabel	t hitung	t tabel 5%	Sig. T	Keterangan
Reliability (X1)	1.544	1.98	0.126	Tidak Signifikan
Responsiveness (X2)	1.642	1.98	0.104	Tidak Signifikan
Assurance (X3)	3.127	1.98	0.002	Signifikan
Emphaty (X4)	2.917	1.98	0.004	Signifikan
Tangible (X5)	2.381	1.98	0.019	Signifikan

Sumber: Lampiran 5

- Variabel reliability (X_1) memiliki statistik uji t sebesar 1.544 dengan signifikansi sebesar 0.126. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($1,544 < 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih besar daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reliability (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).
- Variabel responsiveness (X_2) memiliki statistik uji t sebesar 1.642 dengan signifikansi sebesar 0. 104. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($1.642 < 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih besar daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel responsiveness (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).
- Variabel assurance (X_3) memiliki statistik uji t sebesar 3.127 dengan signifikansi sebesar 0. 002. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($3.127 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel assurance (X_3) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).
- Variabel Emphaty (X_4) memiliki statistik uji t sebesar 2.917 dengan signifikansi sebesar 0. 004. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2.917 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel emphaty (X_4) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).
- Variabel tangible (X_5) memiliki statistik uji t sebesar 2.381 dengan signifikansi sebesar 0. 019. Nilai statistik uji $|t_{hitung}|$ tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2.381 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tangible (X_5) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).

F. Pembahasan

1. Karakteristik nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang memiliki beberapa karakteristik ditinjau dari jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan lama menjadi nasabah. Jenis kelamin nasabah sebagian besar adalah laki-laki, hal ini dikarenakan seorang laki-laki memiliki tanggungjawab yang lebih besar dibandingkan perempuan dalam memenuhi kebutuhan. Sehingga keberadaan perbankan sangat berperan penting dalam membantu para nasabahnya untuk mengembangkan usahanya. Pekerjaan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang sebagian besar adalah bekerja di bidang swasta (berwiraswasta). Pekerjaan wiraswasta lebih membutuhkan sumber dana yang cepat dan pasti, sehingga banyak wiraswasta yang memanfaatkan jasa perbankan untuk meningkatkan usahanya. Pendidikan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang sebagian besar adalah SMA. Nasabah dengan pendidikan SMA memiliki pemikiran yang lebih sederhana dan praktis. Hal ini sesuai dengan BPRS yang memberikan banyak kemudahan dan kepraktisan dibandingkan bank lainnya dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Lama menjadi nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang, sebagian besar nasabah telah menjadi nasabah pada kisaran 1-2 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang merupakan nasabah baru.

2. Tingkat pelayanan dan kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang.

Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa rata-rata rentang skala variabel reliability sebesar 410 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kehandalan karyawan BPRS Lantabur Jombang adalah baik. rata-rata rentang skala variabel responsiveness sebesar 400 yang termasuk dalam rentang tinggi. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa respon yang karyawan BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik. Rata-rata rentang skala variabel assurance sebesar 406 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa assurance BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik.

Rata-rata rentang skala variabel empathy sebesar 410 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa empathy BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik. Rata-rata rentang skala variabel tangible sebesar 413 yang termasuk dalam rentang baik. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tangible BPRS Lantabur Jombang termasuk kategori baik. Rata-rata rentang skala variabel kepuasan sebesar 399 yang termasuk dalam rentang skala puas. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah BPRS Lantabur Jombang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *reliability* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang. Hal ini sesuai dengan hasil nilai statistik t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} ($1,544 < 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih besar daripada α (0.05). Variabel *responsiveness* (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y). Hal ini dikarenakan nilai statistik t_{hitung} tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($1.642 < 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih besar daripada α (0.05).

Variabel *assurance* (X_3) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal ini dikarenakan nilai statistik t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($3.127 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05). Variabel *Emphaty* (X_4) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y). Hal ini dikarenakan nilai statistik t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($2.917 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05). Variabel *tangible* (X_5) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y). hal ini dikarenakan nilai statistik t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2.381 > 1.98$) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada α (0.05).

Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas layanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Lantabur Jombang. Hal ini didasarkan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($60.786 > 5.080$) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05).

Hasil penelitian ini pendapat Kotler (2002:36) yang menyatakan bahwa terdapat keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Ada beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yaitu: 1) Kualitas pelayanan yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mengurangi ketidakpuasan konsumen. 2) Semakin baik kualitas pelayanan maka akan mengurangi kerja ulang dan pada akhirnya angka ketidakpuasan konsumen ditekan. 3) Bila kualitas pelayanan menunjukkan kualitas yang tinggi maka akan terjadi penekanan biaya pada titik yang terendah dan hal ini akan menjadikan konsumen mengurangi biaya yang dikeluarkan. Faktor biaya yang terendah inilah yang menjadikan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L., 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.

Leonard L. Berry, A. Parasuraman, 1942. Marketing services: competing through quality. New York: Free Press ; Toronto : Maxwell Macmillan Canada ; New York : Maxwell Macmillan International, c1991 .

Zeithaml, Valarie A. and Bitner, 2003. Mary Jo. Service Marketing. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik .Jakarta: Rineka Cipta.