

**ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK
(Study Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung
Artha Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh :
Vigor Salasa Maulana
NPM. 14.0101.0036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2019**

**ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK
(Study Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung
Artha Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh :
Vigor Salasa Maulana
NPM. 14.0101.0036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2019**

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN NASABAH BANK

(Studi Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung Artha
Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Vigor Salasa Maulana

NPM 14.0101.0036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal **08 Februari 2019**

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Drs. Dahli Suhaeli, M.M

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Drs. Dahli Suhaeli, M.M

Ketua

Drs. Muljono, M.M

Sekretaris

Bayu Sindhu Raharja, S.E., M.Sc

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal

20 FEB 2019

Dra. Marlina Kurnia, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vigor Salasa Maulana

NPM : 14.0101.0036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK
(Study Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung
Artha Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian dari pernyataan saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

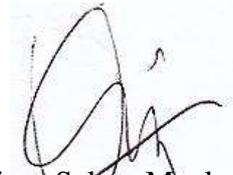
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.



RIWAYAT HIDUP

Nama : Vigor Salasa Maulana
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 26 Mei 1992
Agama : Islam
Status : Belum menikah
Alamat Rumah : Jl. Mangga 1 no.4 Perumnas Kalinggoro,
Magelang
Alamat Email : vigormaulana@gmail.com
Pendidikan Formal :
SD (1998-2004) : SDN 03 Kalinggoro
SMP (2004-2007) : SMPN 06 Kota Magelang
SMA (2007-2010) : SMAN 01 Kota Mungkid
PT (2014-2019) : S1 Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, Februari 2019
Peneliti,



Vigor Salasa Maulana
NIM. 14.0101.0036

MOTTO

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman”
(QS. Ali ‘Imran;139)

“Pelajarilah olehmu ilmu, sebab mempelajari ilmu itu akan memberikan rasa takut kepada Allah, menuntutnya merupakan ibadah, mengulang-ulangnya merupakan tasbih, pembahasannya merupakan jihad, mengajarkannya kepada yang belum mengetahui merupakan shodaqoh, dan menyerahkan kepada ahlinya merupakan pendekatan diri kepada Allah”
(HR. Ibnu Audil Barr)

“Celaka sekali orang bodoh yang tidak belajar. Tapi celaka seribu kali orang pintar yang tak mempratikkan ilmunya.”
(Imam Al-Ghazali)

KATA PENGANTAR

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK (Study Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung Artha Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang).**

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

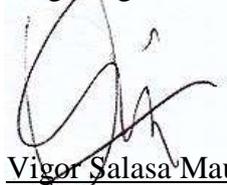
1. Bapak Ir. Eko Muh. Widodo, M.T., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Bapak Muhdiyanto, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan dan Wali Studi Manajemen 14 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Bapak Bayu Sindhu Raharja, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
5. Bapak Drs. Dahli Suhaeli, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberi masukan dan saran dalam perbaikan skripsi.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah memberikan bekal ilmu dan melayani dengan baik.
7. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah banyak memberikan bantuan penyediaan buku-buku referensi dan pustakawan pustakawati yang telah melayani peminjaman dengan baik.
8. Kedua orang tua saya yang tak pernah putus memanjatkan doa dan memberikan dukungan baik moril maupun materil untuk mendukung saya menyelesaikan studi dan menggapai cita-cita untuk memenuhi harapan keluarga.
9. Bapak Heru Murdianto selaku Direktur PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung Artha Muntilanindo Muntilan, beserta staf-stafnya, yang telah memberikan izin dan informasi untuk mengadakan penelitian.
10. Mahasiswa Manajemen sebagai keluarga di kampus serta berjuang bersama-sama dan mencari pengalaman semasa kuliah.

11. Kakak dan keponakan saya, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Hanya doa yang dapat peneliti panjatkan semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Magelang, Februari 2019



Vigor Salasa Maulana
14.0101.0036

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Halaman Riwayat Hidup.....	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstraksi	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Telaah Teori	8
1. Bank Umum	8
2. Nasabah	11
3. Kepuasan	12
4. Kepuasan Nasabah	12
5. Kualitas Pelayanan	13
6. Keandalan	14
7. Daya tanggap.....	14
8. Jaminan	15
9. Empati	15
10. Bukti Fisik	16
B. Telaah Penelitian Sebelumnya	16
C. Perumusan Hipotesis	18
D. Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Populasi dan Sampel	26
B. Metode Pengumpulan Data	27
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
D. Metoda Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Statistik Deskriptif	38
B. Statistik Deskriptif Responden.....	38
C. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	40

D. Uji Kualitas Data.....	42
E. Analisis Data	46
F. Hasil Pengujian Hipotesis	48
G. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	60
B. Keterbatasan.....	61
C. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sampel Penelitian dan Tingkat Pengembalian	38
Tabel 4.2 Profil Responden	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Penerimaan Uji F.....	36
Gambar 3.1 Penerimaan Uji t.....	37
Gambar 4.1 Nilai Kritis Uji F	49
Gambar 4.2 Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Variabel X_1	50
Gambar 4.3 Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Variabel X_2	51
Gambar 4.4 Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Variabel X_3	51
Gambar 4.5 Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Variabel X_4	52
Gambar 4.6 Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Variabel X_5	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2	Variabel Keandalan	73
Lampiran 3	Variabel Daya Tanggap	75
Lampiran 4	Variabel Jaminan	77
Lampiran 5	Variabel Empati.....	79
Lampiran 6	Variabel Bukti Fisik	81
Lampiran 7	Variabel Kepuasan.....	83
Lampiran 8	Uji Statistik Deskriptif.....	85
Lampiran 9	Uji Validitas Variabel Keandalan.....	85
Lampiran 10	Uji Validitas Variabel Daya Tanggap	86
Lampiran 11	Uji Validitas Variabel Jaminan	87
Lampiran 12	Uji Validitas Variabel Empati	88
Lampiran 13	Uji Validitas Variabel Bukti Fisik	89
Lampiran 14	Uji Validitas Variabel Kepuasan	90
Lampiran 15	Uji Reliabilitas Variabel Keandalan	91
Lampiran 16	Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap.....	92
Lampiran 17	Uji Reliabilitas Variabel Jaminan.....	93
Lampiran 18	Uji Reliabilitas Variabel Empati	94
Lampiran 19	Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik	95
Lampiran 20	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	96

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK

(Studi Kasus Di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lumbung Artha
Muntilanindo Muntilan – Kabupaten Magelang)

Oleh:

Vigor Salasa Maulana

Semakin ketatnya persaingan memperebutkan pasar perbankan, menyebabkan usaha pemasaran bank semakin gencar dilakukan. Berbagai cara ditempuh khususnya untuk sektor UMKM, yang menjadi segmen pasar bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) khususnya BPR Lumbung Artha Muntilanindo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh diantara kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan. Data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 86 responden, yaitu nasabah PT. BPR Lumbung Artha Muntiland. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji hipotesis menggunakan analisis linier berganda dengan program bantuan *SPSS for windows*. Hasil uji menunjukkan bahwa secara simultan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Untuk uji secara parsial, hanya variabel jaminan dan bukti fisik yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Lumbung Artha. Sedangkan, keandalan, daya tanggap dan empati menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Lumbung Artha. Berdasarkan uji *R square* besarnya *Adjusted R²* sebesar 0,166, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dalam menjelaskan variasi variabel kepuasan sebesar 16,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata kunci : *Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, Kepuasan Nasabah*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perusahaan jasa saat ini, ditandai dengan semakin banyak tumbuh dan berkembangnya perusahaan, baik perusahaan jasa keuangan maupun jasa-jasa lain. Pada sisi lain, teknologi informasi dan kompleksitas kehidupan juga mengalami peningkatan yang demikian pesat, sehingga berimbas pada pengetahuan masyarakat terhadap produk jasa juga semakin baik. Hal tersebut mengakibatkan persaingan perusahaan jasa semakin ketat. Untuk itu diperlukan terobosan-terobosan sistem pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif.

Dengan semakin ketatnya persaingan memperebutkan pasar perbankan, menyebabkan usaha pemasaran bank semakin gencar dilakukan. Berbagai cara ditempuh khususnya untuk sektor UMKM, yang menjadi segmen pasar bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) khususnya BPR Lumbung Artha Muntilanindo. Menjaga nasabah agar selalu terpenuhi kebutuhannya baik dalam rangka menyimpan dana atau dalam rangka memerlukan dana, adalah salah satu cara agar nasabah loyal terhadap bank. Menjaga nasabah memerlukan dana yang lebih murah dari pada mencari nasabah baru.

Kualitas pelayanan menjadi alat strategis untuk memenuhi tingkat kualitas kepuasan pelanggan. Nasabah yang terpuaskan akan memberi keuntungan bagi bank, yang pertama nasabah akan tetap dapat dipertahankan atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Kemudian kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga

mampu meningkatkan jumlah nasabah. Kepuasan nasabah tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor pelayanan yaitu keandalan(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*).

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan untuk para nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan handal kepada para nasabah, maka akan memuaskan nasabah sehingga nasabah akan merasa percaya dengan kinerja atau pelayanan yang akurat dari perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009) menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah keinginan para staff dan karyawan perusahaan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jika perusahaan dapat memberikan daya tanggap (*responsiveness*) yang terbaik untuk para nasabah maka akan menambah kepuasan nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny (2015), Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009), Valdo dan Silvy (2014)

menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan karyawan akan jasa yang ditawarkan,, kesopan santunan dan kesabaran karyawan pada waktu memberikan pelayanan, serta kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Jika perusahaan memberikan jaminan (*assurance*) pada para nasabah sehingga nasabah memiliki rasa nyaman dan percaya kepada karyawan sehingga kepuasan nasabah akan meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rany (2015), Valdo dan Silvy (2014), dan Untung dan Rully (2015) menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifah (2014) menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Empati (*emphaty*) adalah kemampuan perusahaan untuk melakukan hubungan baik, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Perusahaan yang memberikan empati yang baik pada para nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009), Reny (2015), dan Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Narantia (2017) menunjukkan bahwa empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal. Penampilan dan

kemampuan sarana prasarana fisik suatu perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny (2015), Adi (2009) menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Narantia (2017) menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, pengaruh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) masih menunjukkan hasil yang inkosisten. Hal ini karena pada penelitian sebelumnya kelima variabel tersebut mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi pada penelitian lain kelima variable tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud menganalisis kembali penelitian sebelumnya dengan tahun dan wilayah yang berbeda. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penelitian ini berjudul : **“Analisis Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsevness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangible*) secara bersama-

sama terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan?

2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsevness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsevness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangible*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsevness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis

Bagi para akademisi, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Keandalan (*reliability*), Daya

Tanggap (*responsevness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangible*), serta kepuasan nasabah bank.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan teori dan pengetahuan bidang manajemen. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan tambahan informasi dan referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dan antara bab yang satu dengan bab lainnya merupakan satu komponen yang saling terkait. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian ini berisi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman riwayat hidup, moto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Isi

Bab I : Pendahuluan

Bab ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini akan dikemukakan hasil penelitian sebelumnya badan teori-teori yang mendasari analisis data yang diambil dari beberapa

literatur atau pustaka seperti teori kepuasan nasabah, faktor-faktor pelayanan seperti keandalan (*realibily*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) serta kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bagian ini akan diuraikan metode yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian akan diuraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji data dan metode analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dikemukakan hasil penelitian dan pembahasan masalah dengan menggunakan alat analisis SPSS, sehingga dapat mencapai tujuan penelitian.

Bab V : Penutup

Pada bagian ini merupakan bagian terakhir dari penyusunan skripsi dimana dalam bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

3. Bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. Bank Umum

a. Konsep dan Pengertian

Menurut UU No.14 tahun 1997 tentang pokok-pokok perbankan, mengenai pengertian perbankan adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Bank merupakan bagian dari lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediasi yang menjembatani kepentingan pihak yang kelebihan dana (penyimpan dana atau kreditur) dan pihak yang membutuhkan dana (peminjam dana atau debitur). Berdasarkan fungsinya ini, bank disebut sebagai lembaga intermediasi atau lembaga perantara (Warjiyo, 2004). Fungsi intermediasi perbankan ini dapat berjalan dengan baik apabila kedua belah pihak tersebut, yaitu penyimpan dana dan peminjam dana, memiliki kepercayaan terhadap bank. Oleh karena itu, bank sering disebut sebagai lembaga kepercayaan, maka kebijaksanaan perbankan yang efektif harus diarahkan untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perbankan.

b. Ruang Lingkup Kegiatan Bank Umum

Ruang lingkup bank umum dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian utama, yaitu menghimpun dana, mengalokasikan dana, dan memberikan jasa-jasa lainnya (Manurung, 2004).

Menghimpun dana dari masyarakat. Bank umum dapat menghimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk, namun dana-dana utama yang dihimpun adalah giro (*demand deposit*), tabungan (*saving deposit*), serta deposit berjangka dan sertifikat deposito (*sertificate deposito*).

- a) Giro (*demand deposit*) adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan.
 - b) Tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.
 - c) Deposit berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.
 - d. Sertifikat deposito (*sertificate deposito*) adalah simpanan dalam bentuk deposito yang sertifikat bukti penyimpanannya dapat dipindah tangankan.
- 1) Menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk kredit (*lending*). Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antar bank dengan pihak lain

yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

- 2) Memberikan jasa-jasa lainnya (*service*). Jasa-jasa lain yang umumnya ditawarkan bank umum adalah: transfer (iriman uang), kliring (*clearing*), *letter of credit* (L/C), menerima setoran-setoran dan melayani pembayaran-pembayaran.
 - a) *Transfer* (iriman uang) adalah jasa bank yang dapat digunakan untuk pengiriman uang, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
 - b) Kliring (*clearing*) adalah suatu mekanisme penyelesaian transaksi lewat proses pemindahbukuan. Bila kliring dilakukan hanya oleh dua bank, maka mekanisme itu dapat dilaksanakan secara langsung oleh kedua bank yang terlibat. Tetapi bila kliring melibatkan banyak bank, maka proses penyelesaiannya difasilitasi oleh bank sentral dengan menyiapkan lembaga kliring.
 - c) *Letter of credit* (L/C) adalah jasa yang diberikan bank umum kepada nasabah dalam rangka mempermudah dan memperlancar transaksi, terutama yang berkaitan dengan transaksi internasional. Bank yang memberikan L/C kepada nasabah berarti bank tersebut menjamin untuk membayar sejumlah tertentu kepada pihak lain atas permintaan nasabahnya.

- d) Jasa penitipan atau penyimpanan. Berkaitan dengan jasa penitipan atau penyimpanan, bank menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga (*Safe Deposit Box*).
- e) Menerima setoran-setoran dan melayani pembayaran-pembayaran. Bank juga melayani nasabah dalam hal menerima setoran-setoran dan melayani pembayaran-pembayaran, misalnya membayar listrik, telepon, air minum, dan transaksi lain.

2. Nasabah

Menurut Peraturan pemerintah No.7/7/PBI/2005 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah terbagi menjadi dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpan (Dendawijaya, 2001). Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah/yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan danannya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah adalah orang yang paling penting dalam suatu bank. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang tergantung pada

nasabah. Bank yang mampu merebut hati nasabah, yang akan diuntungkan dengan peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

3. Kepuasan

Kata satisfaction berasal dari bahasa latin satis ‘cukup baik’ dan facio melakukan atau membuat’. Dalam teori ekonomi, kepuasan disebut juga utility yaitu kepuasan yang diterima seseorang akibat aktifitas yang dilakukannya (Nicholson, 2002). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, et al., 2004). Sedangkan menurut Kotler (1997), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2003). Berdasarkan definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

4. Kepuasan Nasabah

Alfisyahrin (2012) mendefinisikan kepuasan nasabah masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan

terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Tak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan nasabah diformulasikan dan tak perlu mereka tahu bahwa teori kepuasan nasabah masih sampai hari ini didebatkan secara serius. Alfisyahrin (2012) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Ini logika dan pengalaman sehari-hari dalam menjalankan bisnis membuktikan hal ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.

5. Kualitas Pelayanan

Lewis and booms dalam Tjiptono & Gregorius (2011:180) mendefinisikan kualitas pelayanan di tentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang di harapkan pelanggan dan persepsi terhadap layanan, *perasuraman et al* dalam Tjiptono (2008:180), apabila *preceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik dan positif. Apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kulaitas layanan yang di persepsikan sebagai kualitas ideal. Baik tidaknya kualitas layanan bergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Serangkaian penelitian

terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono & Gregorius (2011:288) disimpulkan ada 5 (lima) dimensi pokok kualitas jasa:

- a. Reliabilitas (*reliability*).
- b. Daya tanggap (*responsiveness*).
- c. Jaminan (*assurance*).
- d. Empati (*empathy*).
- e. Bukti fisik (*tangibles*).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan, tingkat pelayanan dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang di harapkan konsumen, dan faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain faktor karyawan, sistem, teknologi, dan keterlibatan pelanggan.

6. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.

7. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah,

keinginan karyawan untuk membantu para nasabah (misal : *customer service* memberikan informasi seperti yang diperlukan nasabah), serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk (seperti tersedianya *teller* pada jam-jam sibuk).

8. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu kemampuan , kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, adanya perasaan aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi, dan pengetahuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan.

9. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan (misal: untuk menemui karyawan senior), kemudahan mendapatkan layanan (berkaitan dengan banyaknya *outlet*, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon). Kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. Perusahaan memiliki objektivitas yaitu: memperlakukan secara sama semua nasabah. Semua nasabah berhak

untuk memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

10. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Begitu pula dengan penelitian faktor-faktor pelayanan seperti keandalan (*realibility*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

Penelitian tentang factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Begitu pula dengan penelitian tentang keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*),

jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Sriwidodo, Untung dan Tri Indriastuti, Rully (2010), Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Jateng Cabang Karanganyar mengambil 100 responden nasabah pada Bank Jateng Cabang Karanganyar menunjukkan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukawati, Reny, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PD. BPR BKK Boja Cabang Patebon Kendal) mengambil 97 responden nasabah pada PD.BPR BKK Boja Cabang Patebon Kendal menunjukkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Narantia (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Sangasanga Di Kutai Kartanegara mengambil 100 responden nasabah nasabah pada BRI Unit Sangsanga Di Kuta Kartanegara menunjukkan bukti variabel keandalan dan jaminan yang berpengaruh signifikan sedangkan variabel bukti fisik, ketanggapan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI di Sangasanga.

C. Pengembangan Hipotesis

1. Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan untuk para nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan handal kepada para nasabah, hal tersebut akan memuaskan nasabah sehingga nasabah akan merasa percaya dengan kinerja atau pelayanan yang akurat dari perusahaan (Untung dan Rully, 2010)).

Seorang nasabah yang diberikan pelayanan dengan tanggap (*responsiveness*) oleh karyawan perusahaan akan menambah kepuasan nasabah karena merasa kebutuhannya dilayani sesuai kebutuhan mereka (Untung dan Rully, 2015).

Jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh perusahaan akan membuat nasabah merasa puas dan percaya dengan pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan karyawan saat memberikan pelayanan kepada mereka (Valdo dssan Silvy, 2014). Hal tersebut akan menambah kepuasan para nasabah terhadap perusahaan / bank.

Karyawan yang memiliki empati (*emphaty*) yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu dengan memberikan

kemudahan dalam hubungan dan komunikasi yang baik akan membuat nasabah merasa diperhatikan dan dipahami mengenai kebutuhan mereka (Reny, 2015).

Bukti fisik (*tangible*) perusahaan dapat memuaskan kebutuhan nasabah yaitu dengan kemampuan perusahaan yang menunjukkan eksistensinya pada pihak luar atau dengan kata lain menunjukkan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan pelayanannya (Reny, 2015).

Kepuasan nasabah akan tergantung pada mutu produk atau jasa. Mutu adalah kesesuaian fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Keandalan (reliability), daya tanggap (responsevness), jaminan (assurance), empati (emphaty) dan bukti fisik (tangible) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

2. Keandalan (reliability) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan untuk para nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan. Jika perusahaan dapat memberikan

pelayanan dengan handal kepada para nasabah, hal tersebut akan memuaskan nasabah sehingga nasabah akan merasa percaya dengan kinerja atau pelayanan yang akurat dari perusahaan (Untung dan Rully, 2010).

Kinerja perusahaan yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu. Dengan memberikan pelayanan yang tepat waktu maka nasabah akan merasa puas karena menganggap perusahaan handal dan memuaskan. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan handal kepada para nasabah, hal tersebut akan memuaskan nasabah sehingga nasabah akan merasa percaya dengan kinerja atau pelayanan yang akurat dari perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keandalan (*reliability*) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009) menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan layanan bank untuk dimensi keandalan (*reliability*) sangat bervariasi kepada nasabah, sehingga menyebabkan layanan untuk dimensi ini dianggap oleh nasabah tidak mempengaruhi kepuasan nasabah dan mereka juga menganggap dimensi keandalan belum memberikan nilai yang maksimal.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

3. Daya tanggap (*responsevenss*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen. Seorang nasabah yang diberikan pelayanan dengan tanggap (*responsiveness*) oleh karyawan perusahaan akan menambah kepuasan nasabah karena merasa kebutuhannya dilayani sesuai kebutuhan mereka (Untung dan Rully, 2015).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny (2015), Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat daya tanggap (*responsiveness*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009), Valdo dan Silvy (2014) menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini

berarti dimensi daya tanggap dianggap tidak memberikan nilai yang maksimal kepada para nasabah sehingga tidak mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Daya tanggap (assurance) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

4. Jaminan (assurance) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Assurance (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan) yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan (Valdo dan Silvy, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rany (2015), Valdo dan Silvy (2014), dan Untung dan Rully (2015) menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat jaminan (*assurance*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifah (2014) menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti kepuasan sepenuhnya tidak dipengaruhi oleh jaminan yang meliputi keamanan

dalam melakukan transaksi kinerja perusahaan dan jaminan keamanan dan kerahasiaan dokumen konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4 : Jaminan (assurance) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

5. Empati (*emphaty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Emphaty (memahami keinginan konsumen) yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Reny, 2015).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adi (2009), Reny 92015), dan Untung dan Rully (2010) menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat empati (*emphaty*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Narantia (2017) menunjukkan bahwa empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti karyawan perusahaan kurang memberikan perhatian khusus terhadap nasabahnya, namun nasabah juga tidak terlalu menginginkan perhatian khusus dari karyawan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H5 : Empati (emphaty) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

6. Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan

Bukti fisik (*tangibles*)/tampilan fisik pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Reny, 2015).

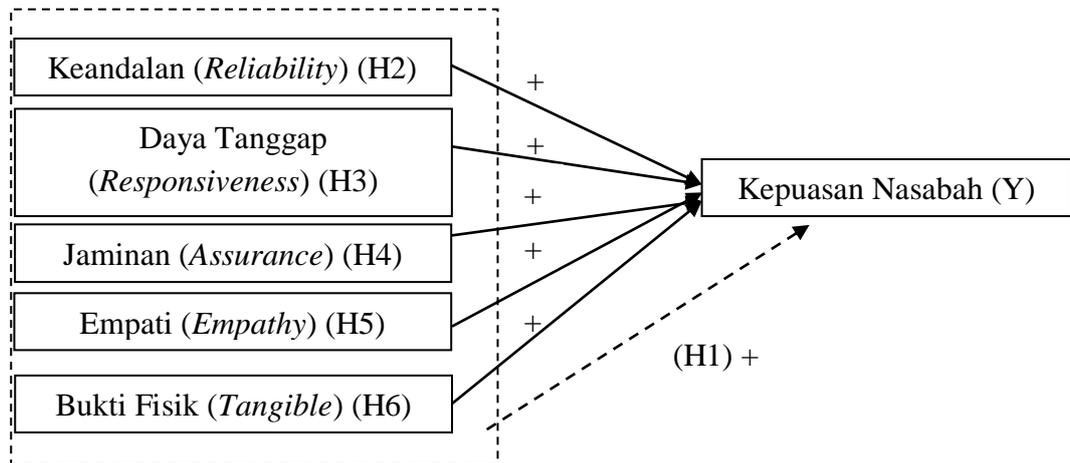
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny (2015), Adi (2009) menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi bukti fisik (*tangible*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Narantia (2017) menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti nasabah bank tidak terlalu mementingkan dengan fasilitas yang diberikan, peralatan modern yang digunakan maupun penampilan karyawan yang rapi atau tidak, dengan fasilitas yang nyaman ataupun kurang nyaman tidak masalah bagi nasabah untuk ingin menabung di bank tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H6 : Bukti fisik (tangible) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

D. Model Penelitian

Model penelitian mengenai hubungan antar variabel-variabel yang telah dijelaskan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian

Keterangan:

————→ : Hubungan Variabel X dan Y Secara Parsial

-----→ : Hubungan Variabel X dan Y Secara Simultan

BAB III METODA PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bisa diartikan keseluruhan objek dan subyek sesuai keinginan peneliti yang akan diteliti. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPR Lumbung Artha Muntilando.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. (Sugiyono, 2015 : 118).

Jumlah sampel berdasarkan pendapat Roscoe seperti dikutip Sekaran (2006:123) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam semua penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yang juga dikenal sebagai sampel peluang atau teknik pengambilan sampel bebas.

B. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian data kuantitatif yang bertujuan menjelaskan bentuk pengaruh antar variabel. Penelitian menggunakan data primer. Data yang langsung diambil dari sumber asli tanpa adanya perantara yang didapat langsung dari responden. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada seluruh nasabah PT. BPR Artha Muntilanindo.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada nasabah PT. BPR Lumbung Artha Muntilanindo.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

a. Kepuasan Pelanggan

Simamora (2001:18) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk. Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator kepuasan pelanggan adalah:

- 1) Pengalaman nasabah yang memuaskan
- 2) Secara keseluruhan BPR Lumbung Artha menyenangkan hati
- 3) Mengatakan hal positif
- 4) Rekomendasi ke pihak lain

5) Akan menabung di BPR Lumbung Artha lagi

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu..

Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator keandalan (*reliability*) adalah :

- 1) Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan
- 2) Pelayanan yang tepat dan teliti
- 3) Penanganan / pengadministrasian catatan / dokumen yang akurat
- 4) Pelayanan yang baik dan benar

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen. Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator daya tanggap (*responsiveness*) adalah :

- 1) Ketanggapan terhadap keluhan
- 2) Kejelasan informasi
- 3) Penanganan masalah dilakukan dengan cepat
- 4) Dapat mengatasi masalah dengan benar
- 5) Keluasan waktu karyawan

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) adalah yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.

Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator jaminan (*assurance*) adalah:

- 1) Pengetahuan karyawan akan jasa yang ditawarkan
- 2) Rasa nyaman dan percaya kepada karyawan
- 3) Kesopanan serta keramahan dan kesabaran karyawan pada waktu memberikan pelayanan
- 4) Reputasi perusahaan
- 5) Kompetensi karyawan

e. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) adalah perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan

para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator empati (*emphaty*) adalah :

- 1) Pegawai perhatian personal pegawai kepada nasabah
- 2) Pemahaman karyawan dalam memahami keinginan konsumen
- 3) Hubungan baik karyawan dengan konsumen
- 4) Layanan yang Baik dari Awal hingga Akhir

f. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik (*Tangible*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Berdasarkan telaah landasan teori dan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator empati (*emphaty*) adalah:

- 1) Penampilan karyawan
- 2) Fasilitas ruang tunggu
- 3) Tempat parkir dan lokasi perusahaan
- 4) Kemutakhiran sarana fisik yang dimiliki

2. Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang

diberikan adalah dengan menggunakan Skala Likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat setuju (SS) : Skor 5
- b. Setuju(S) : Skor 4
- c. Netral (N) : Skor 3
- d. Tidak setuju (TS) : Skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : Skor 1

Kuisisioner A berisikan pertanyaan tentang pelayanan bank yang menjadi variable independen. Kuisisioner ini berbentuk pilihan dengan skor masing- masing jawaban sebagai berikut:

- a. Skor 1 = (STB) : Jika jawaban responden Sangat Tidak Baik
- b. Skor 2 = (TB) : Jika jawaban responden Tidak Baik
- c. Skor 3 = (CB) : Jika jawaban responden Cukup Baik
- d. Skor 4 = (B) : Jika jawaban responden Baik
- e. Skor 5 = (SB) : Jika jawaban responden Sangat Baik

Kuisisioner B berisikan pertanyaan tentang kepuasan nasabah di sesuaikan dengan pertanyaan kuisisioner A yang menjadi variable dependen. Kuisisioner ini berbentuk pilihan dengan skor masing-masing jawaban sebagai berikut:

- a. Skor 1 = (STP) : Jika jawaban responden Sangat Tidak Puas
- b. Skor 2 = (TP) : Jika jawaban responden Tidak Puas
- c. Skor 3 = (CP) : Jika jawaban responden Cukup Puas

- d. Skor 4 = (P) : Jika jawaban responden Puas
- e. Skor 5 = (SP) : Jika jawaban responden Sangat Puas

D. Metode Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016).

Untuk melakukan uji validitas instrument penelitian digunakan teknik Pearson Correlation yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Jika korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikan $< 0,05$, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya (Ghozali, 2011:50). Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama.

Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Untuk menguji tingkat reliabilitas konstruk dalam penelitian ini digunakan teknik uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha diatas 0,70 (Ghozali, 2016).

- 1) Apabila hasil nilai Cronbach Alpha $>$ taraf signifikansi 70% atau 0,70 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil nilai Cronbach Alpha $<$ taraf signifikansi 70% atau 0,70 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Menurut Umi Narimawati (2008:5) Analisis Regresi Linier Berganda yaitu Suatu

analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval. Sedangkan menurut Sugiyono (2012:277) Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen, bila dua variable independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b= koefisien regresi

X_1 = Keandalan (*Reliability*)

X_2 = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

X_3 = Jaminan (*Assurance*)

X_4 = Empati (*Emphaty*)

X_5 = Bukti Fisik (*Tangible*)

e = *error*

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol (0) dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dalam kenyataan nilai adjusted R² dapat bernilai negative, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R² negatif, maka nilai adjusted R² dianggap bernilai nol (0). Secara matematis jika nilai R² = 1, maka adjusted R² = R² = 1 jika nilai R² = 0, maka adjusted R² = (1 - k)/(n - k). Jika k > 1, maka adjusted R² akan bernilai negatif. (Ghozali, 2016).

c. Uji F (*Goodness of fit test*)

Selain perlu menguji koefisien regresi secara individual signifikan, perlu juga untuk diuji secara keseluruhan koefisien regresi.

$$F = \frac{R^2/K-1}{1-R^2/(n-k)}$$

R²= Koefisien Determinasi.

n = Jumlah Data.

k = Jumlah Variabel.

Kriteria pengujian hipotesis secara simultan atau uji F:

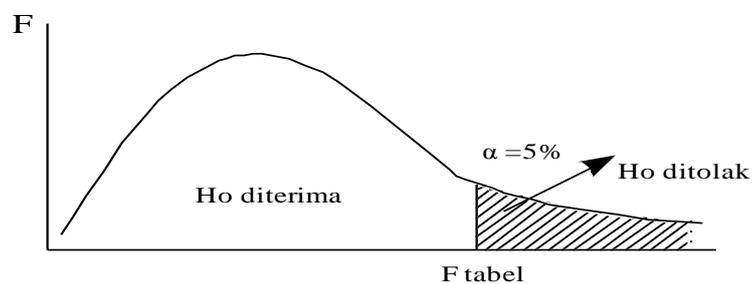
- Level of significance 0,05
- Derajat kebebasan $df = n - k$
- Uji satu sisi

Pengujian hipotesis:

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$, tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

H_0 : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan

- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, yang berarti variabel independen secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, yang berarti variabel independen secara keseluruhan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

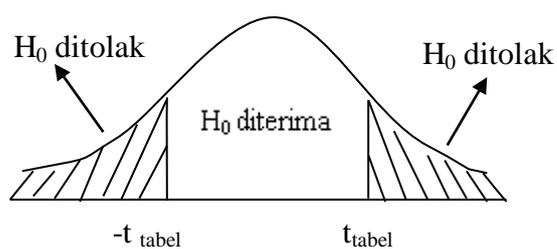


Gambar 3.1
Kurva Normal Uji F

d. Analisis Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Variabel merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. *Level of significans* pada taraf $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan dinyatakan dalam *degree of freedom* (df) = $n-1$ yang merupakan uji satu sisi (*one tailed test*).

- 1) Jika t hitung $>$ t tabel ($n-1$) atau $pvalue < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika t hitung $<$ t tabel ($n-1$) atau $pvalue > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak atau H_a tidak diterima, artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Kurva Normal Uji t

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan. Jumlah sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah 86. Berdasarkan hasil yang di peroleh dari pengolahan data menggunakan media SPSS 21 *for windows* maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo, Muntilan
2. Keandalan tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya tingkat keandalan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPR Lumbung Artha Muntilanindo.
3. Daya tanggap tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti cepat atau lambatnya daya tanggap karyawan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPR Lumbungartha Muntilanindo.

4. Hipotesis keempat yakni jaminan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Lumbung Artha Muntilanindo, Muntilan. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dikarenakan perusahaan telah menerapkan sistem pemberian jaminan, sehingga nasabah merasa aman.
5. Empati tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah disebabkan sistem/karyawan di PT. BPR Lumbung Artha Muntilanindo, dalam menjalankan pekerjaannya belum sepenuhnya menerapkan teori secara tepat. Sehingga tidak berpengaruh pada kepuasan nasabah yang dihasilkan individu.
6. Bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah disebabkan sistem/karyawan di PT. BPR Lumbung Artha Muntilanindo. Hal ini dikarenakan karyawan dalam mengurus bukti fisik dapat diandalkan dalam melaksanakan pekerjaan sehingga dapat berjalan lancar, baik dan mendatangkan hasil yang diharapkan sehingga berpengaruh pada kepuasan nasabah yang semakin meningkat

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) hanya mampu menjelaskan variasi pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 16,6% sedangkan sisanya sebesar 83,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-

faktor lain diluar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, oleh karena itu diharapkan partisipasi aktif dari pemimpin perusahaan berikutnya untuk meneliti aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah contohnya dari faktor teknologi informasi yakni ATM dan *m-banking*.

2. Berdasarkan data penelitian untuk variabel keandalan, daya tanggap dan empati menyatakan hasil tidak berpengaruh, sehingga PT BPR Lumbung Artha Muntilanindo perlu memperbaiki kualitas pelayanan untuk faktor-faktor tersebut.
3. Perusahaan perbankan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan pada pengelolaan jaminan dan bukti fisik untuk mempertahankan tingkat kepuasan nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang memerlukan perbaikan dan pengembangan dalam penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsevness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah dari analisis diketahui bahwa pengaruh kelima variabel tersebut hanya sedikit, sehingga kepuasan nasabah masih banyak dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Penelitian ini hanya fokus pada BPR Lumbung artha Muntilanindo saja, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk

tempat lain. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian pada objek yang lebih luas, seperti penelitian pada seluruh bank-bank di kota atau kabupaten Magelang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Prasetyo. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*. Skripsi. SEM Institut Yogyakarta.
- Alfisyahrin. 2012. *Akselerasi Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kehidupan*. Artikel. <http://kuflet.com/2012/11/akselerasi-pembelajaran-bahasa-indonesia-dalam-kehidupan>. Diakses 20 November 2018. Hal.1.
- Arifah. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Kresna Reksa Finance Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dendawijaya, Lukman. 2001. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, dkk. 2006. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6*. New Jersey.
- Manurung, Mandala, dan Pratama Rahardja. 2004. *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Jakarta : Lembaga Penerbit FEUI.
- Mital, Vikas, William T. Ross and Patrick M Baldasare. 1998. The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions, *Journal of Marketing*, Vol.62, 33-47
- Mudjarad Kuncoro dan Suhardjono. 2011. *Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi*, Edisi Kedua. BP Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, Yogyakarta.
- Narantia Pitaloka. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia (Bri) Unit Sangasanga Di Kutai Kartanegara*. eJournal Administrasi Bisnis, 2017.

- Nicholson, W. 2002. *Mikroekonomi Intermediate*. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta : Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). Jakarta : Erlangga.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK). Nomor : 20/POJK.03/2014. Tentang Bank Perkreditan Rakyat (BPR).
- _____. Nomor : 4/POJK.03/2015. Tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR).
- _____. Nomor : 12/POJK.03/2016. Tentang Kegiatan Usaha dan Wilayah Jaringan Kantor Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Berdasarkan Modal Inti.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis 1*. (4th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Soeratno dan lincoln Arsyad. 2000. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tho'in, Muhammad. 2011. *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali*, Muqtasid Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga.
- Tjiptono, F dan Diana. 2008. *Total Quality Manajement (TQM)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi III, Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2015, *Strategi Pemasaran* (Edisi IV). Yogyakarta : Andi.
- Tri Indriastuti, Rully dan Untung Sriwidodo. 2010. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.
- Valdo J. Umboh dan Silvy L. Mandey. 2014. *Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt.Pegadaian (Persero) Cabang Teling*. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014.
- Warjiyo, Perry. ed. 2004. *Bank Indonesia Bank Sentral Republik Indonesia: Sebuah Pengantar*. Jakarta : Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.