

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO) UNIT KATAMBO MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :



**TETI WARDANI
NPM : 06 832 0233**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2013**

JUDUL : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT KATAMSO MEDAN

NAMA : TETI WARDANI

NPM : 06 832 0233

JURUSAN : MANAJEMEN

**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Pembimbing II

(Hery Syahrial, SE, M.Si)

Ketua Jurusan

(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan

(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tanggal Lulus :

2013

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur Penulis ucapkan ke Hadirat Allah SWT, yang senantiasa mencurahkan Kasih dan Karunianya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini berjudul : “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Unit Katamso Medan” dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

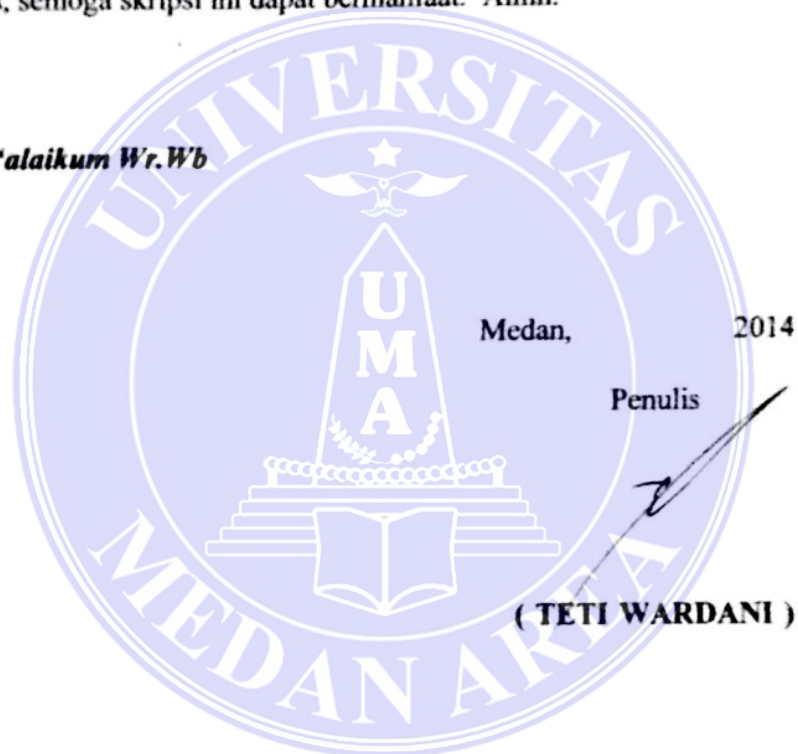
Terwujudnya skripsi ini tak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak untuk itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Ali Ya`kub Matondang Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. DR. Sya`ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus pembimbing I Sidang Meja Hijau.
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Medan Area dan sekaligus pembimbing I yang telah meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Hery Sahrial, SE, Msi. , selaku pembimbing II yang juga telah berbaik hati dan sudi mengarahkan penulis menyusun skripsi ini.
5. Ibu Isnaniah, selaku sekretaris

6. Seluruh dosen dan pegawai beserta staf Universitas Medan Area yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis sampai menyelesaikan perkuliahan.
7. Seluruh keluargaku yang tersayang, suamiku tercinta dan ketiga anakku Farhan Wardhana Majing, Jeihan Affif Majing, dan Emira Azra Putri yang telah memberikan kebahagiaan dalam hidupku.
8. Seluruh teman – teman yang turut memberikan saran dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Amin.

Wassalammu 'alaikum Wr.Wb



DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
 DAFTAR ISI	
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
 BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	6
1. Pelayanan	6
a. Pengertian Pelayanan	6
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan	8
c. Indikator Pengukuran Pelayanan	10

2. Kepuasan Nasabah	11
a. Pengertian kepuasan nasabah	11
b. Menilai kepuasan nasabah	13
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah	15
d. Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan	16
B. Kerangka Konseptual	17
C. Hipotesis	20

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional	21
1. Pelayanan (X)	21
2. Kepuasan nasabah (Y)	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	23
D. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Interview	24
2. Studi Dokumentasi	26
E. Teknik Analisa Data	26
1. Koefisien korelasi	26
2. Koefisien determinasi	27
3. Uji-t	27

BAB IV	: DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data	28
	1. Gambaran Umum Perusahaan	28
	2. Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Iskandar Muda Unit Katamso	31
	3. Karakteristik Responden	59
	4. Pelayanan	40
	5. Kepuasan Nasabah	47
	6. Validitas dan Reliabilitas	57
	B. Pembahasan	61
	1. Pengujian Hipotesis	61
	2. Analisa Hasil Pengujian Hipotesis	63
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Instrumen Penelitian untuk Kisi-kisi Kuesioner	25
Tabel IV.1 Karakteristik Responden	39
Tabel IV.2 Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan Berdasarkan Indikator <i>Reliability</i>	41
Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan Berdasarkan Indikator <i>Responsiveness</i>	42
Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan Berdasarkan Indikator <i>Assurance</i>	44
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan Berdasarkan Indikator <i>Empathy</i>	45
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan Berdasarkan Indikator <i>Tangibles</i>	46
Tabel IV.7 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan Indikator <i>Loyalty</i>	48
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan Indikator <i>Switch</i>	50
Tabel IV.9 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan Indikator <i>Pay More</i>	52
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan Indikator <i>External Response</i>	54

Tabel IV. 11	Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan Indikator <i>Internal Response</i>	56
Tabel IV.12	Hasil Analisis Validitas Item Pernyataan Variabel X (Pelayanan)	58
Tabel IV.13	Hasil Analisis Validitas Item Pernyataan Variabel Y (Kepuasan Nasabah)	59
Tabel IV.14	Hasil Analisis Realibilitas Kualitas Berita dan Kepuasan Pelanggan	60



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. BRI (Persero) Tbk, Cabang Medan Iskandar Muda Unit Katamso	32



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran di bidang pemasaran sangat ditentukan oleh perusahaan tersebut dalam menetapkan strategi pemasarannya dengan tepat. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu kebutuhan, keinginan dan permintaan produk, nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan, pasar, pemasaran dan pemasar. Adapun tujuan utama pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya, mau membeli atau memakai produk dan jasa yang ditawarkan dan terus membeli atau memakai produk dan jasa tersebut dalam jangka panjang.

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Faktor-faktor yang memengaruhi strategi pemasaran adalah (1) faktor mikro, yaitu perantara pemasaran, pemasok, pesaing, dan masyarakat, (2) faktor makro, yaitu demografi dan ekonomi, politik dan hukum, teknologi dan fisik,serta sosial budaya.

Sedangkan strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual adalah tempat yang strategis (Place), produk yang bermutu (product), harga yang kompetitif (price) dan promosi yang gencar (promotion). Tujuan akhir dan konsep dari kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (Total Customer satisfaction).

Kepuasan pelanggan sepenuhnya berarti memberikan apa yang menurut kita keinginan mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan atau secara singkat adalah bagaimana memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan, mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang mengenai hasil atas produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan adalah pelayanan. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk dan jasa tersebut kepada oranglain. Perusahaan harus memiliki strategi untuk meminimalisir ketidakpuasan pelanggan karena dapat merusak citra perusahaan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat penting dalam menghasilkan kepuasan konsumen.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pelayanan keuangan. Banyaknya bank-bank pesaing mengharuskan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) memiliki strategi-strategi untuk dapat bersaing dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya dan berusaha menjadi yang terbaik.

Selama ini PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) belum memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para nasabah seperti bank-bank lain yang menjadi pesaingnya. Sesuai logo perusahaan yaitu "Melayani dengan setulus hati" mengharuskan perusahaan ini berbenah diri dalam strategi pelayanan untuk selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Dengan adanya strategi yang disusun dengan baik dan cermat, maka tujuan perusahaan akan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Bagi Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat penting dalam menghasilkan kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang mengenai hasil atas produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa pelayanan keuangan. Banyaknya bank-bank pesaing mengharuskan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) memiliki strategi-strategi untuk dapat bersaing dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya dan berusaha menjadi yang terbaik. Sesuai logo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yaitu "melayani dengan setulus hati" memacu perusahaan ini untuk selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Agar nasabah memperoleh kepuasan dalam pelayanan perusahaan maka dibutuhkan suatu komitmen pelayanan yang profesional. Hal inilah yang mendorong penulis memilih Judul : **"Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Katamso Medan"**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan karena perumusan masalah merupakan langkah yang penting dalam penulisan skripsi ini, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini, sebagai berikut :

- Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.BRI (Persero) Unit Katamso Medan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelayanan pada PT.BRI (Persero) Unit Katamso.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada PT.BRI (Persero) Unit Katamso
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.BRI (Persero) Unit Katamso.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, untuk mengetahui dan menambah pengetahuan tentang apa yang diteliti, melalui penelitian ini penulis dapat mengamati secara langsung bagaimana pelaksanaan dilapangan dan membandingkannya dengan berbagai teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.
2. Bagi Perusahaan, yakni sebagai bahan pertimbangan atau masukan atas praktek yang telah dilaksanakan oleh perusahaan selama ini dengan teori-teori dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada, khususnya mengenai standar pelayanan nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Uraian Teoritis

1. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan strategi pemasaran utama karena pelayanan yang dilakukan secara profesional akan memberikan keuntungan yang besar dan nama baik perusahaan.

Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan pada orang lain yang disertai keramahan dan kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan merupakan strategi perusahaan untuk merebut pangsa pasar dalam persaingan. Hal ini dikarenakan dengan memberikan pelayanan yang baik serta berkualitas kepada pelanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa mendapat kepuasan sehingga akan tetap setia untuk menjadi pelanggan perusahaan.

Kasmir (2006:15) " Pelayanan secara umum adalah tindakan atau perbuatan menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan dapat memenuhi segala kebutuhan mereka untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah".

Kotler (2002:119) menyatakan bahwa : "Layanan jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible atau tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak".

Dari makna diatas memperlihatkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi perilaku dari para pelanggan yaitu berupa penciptaan rasa senang bagi pelanggan tersebut. Penciptaan rasa senang tersebut dapat berbentuk kualitas dari produk barang atau jasa dan etika pelayanan dari perusahaan. Karena dalam prakteknya hampir semua bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis berkaitan erat dengan pelayanan, baik itu bisnis jasa maupun bukan.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standard yang telah ditetapkan. Ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah :

1. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
2. *Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu.*

3. Tersedianya ragam produk yang, artinya nasabah sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
4. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Dalam hal ini karyawan melayani pelanggan sampai tuntas.
5. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
6. Mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
7. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan dan kamar bagi tamu hotel atau hal-hal lainnya.
8. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang dihadapi baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Perusahaan harus mengetahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan kepada nasabah atau pelanggan. Menurut Kasmir (2006:10) faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan kepada nasabah adalah:

1. Sumber daya manusia, yaitu secara umum seluruh karyawan yang terlibat mulai dari cleaning service sampai direktur. Namun secara khusus adalah karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah, seperti :

- a. Customer service
- b. Teller
- c. Salesmen/salesgirl
- d. Humas (Public Relation)
- e. Satuan Pengaman (satpam)
- f. Operator Telepon

2. Sarana dan Prasarana (fisik)

- a. Kenyamanan ruangan
- b. Peralatan
- c. Tempat ibadah
- d. Toilet
- e. Parkir
- f. Automatic Teller Machine (ATM)

3. Kualitas Produk

- a. Ragam Produk
- b. Isi
- c. Kemasan
- d. Harga
- e. Promosi

c. Indikator Pengukuran Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zaithaml dan berry dalam Fandy Tjiptono Gregorius chandra (2005:133) ada lima dimensi dalam pengukuran pelayanan yaitu :

1. Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.
2. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (assurance) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (empathy), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawannya.

Dalam dunia bisnis yang penuh persaingan ini tiap perusahaan berusaha meningkatkan citra perusahaannya, dengan meningkatkan kualitas produk atau jasa dari pelayanannya. Dengan pelayanan yang baik pada sebuah bank, maka jumlah nasabah akan semakin meningkat.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin "satis" yang artinya cukup (baik, memadai) dan "facio" artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Nasabah merupakan sebutan pelanggan bagi perusahaan jasa keuangan seperti bank.

Konsep akan kepuasan nasabah sebenarnya merupakan sesuatu yang sulit untuk dirumuskan karena hal ini merupakan sesuatu yang bersifat abstrak, pencapaian kepuasan ini dapat merupakan suatu proses yang sederhana maupun rumit. Dalam hal ini peranan individu sangat berpengaruh terhadap kepuasan yang akan dibentuk. Menurut Engel dalam Fandy Tjiptono (2004:146) menyatakan bahwa : Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan

hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2004:146) menyatakan bahwa :
“Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Dari semua pendapat yang dilontarkan oleh beberapa ahli diatas pada intinya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternative yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau meliputi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau menggunakan suatu produk (baik barang maupun jasa). Hasil yang dirasakan pelanggan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah menggunakan produk tersebut.

b. Menilai Kepuasan Nasabah

Tingkat kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat diharapkan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya. Dengan diketahuinya tingkat kepuasan nasabah, pihak bank dapat membuat perencanaan yang lebih baik untuk kemajuan perusahaan.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2004:148) mengemukakan ada 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

- 1. Sistem keluhan dan saran pelanggan.**
- 2. Survei kepuasan nasabah**
- 3. Ghost shopping**
- 4. lost customer analysis**

Sistem keluhan dan saran pelanggan, memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan pelanggan. adapun metode yang digunakan bisa berupa kotak saran di perusahaan, atau saran yang bisa dikirim via pos ataupun menyediakan saluran khusus (customer hotline).

Survei kepuasan pelanggan, umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

- a. *Directly reported satisfaction*, pengukuran dengan cara ini dilakukan dengan cara langsung melalui beberapa pertanyaan tentang tingkat *kepuasan terhadap suatu produk*.
- b. *Derived dissatisfaction*, merupakan pertanyaan yang menyangkut dua hal utama yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- c. *Problem analysis*, pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok pertama masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, kedua saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- d. *Importance performance analysis*, yaitu responden diminta merangkai beberapa atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut.

Ghost Shopping, metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pembeli atau memanfaatkan potensial produk atau jasa perusahaan dan pesaing.

Lalu mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Dengan adanya penemuan tersebut diharapkan mampu memperbaiki kualitas pelayanan yang ada.

Lost customer analysis, dalam metode ini perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah beralih ke lain perusahaan. Yang diharapkan dari hal ini adalah akan diperolehnya informasi penyebab hal tersebut. Dan pada akhirnya perusahaan akan mengevaluasi kekurangan perusahaan dan memperbaiki.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan jasa keuangan harus memberikan kepuasan kepada para nasabah seperti meluncurkan produk-produk jasa keuangan yang menguntungkan, mudah bertransaksi, berteknologi tinggi, dan memberikan pelayanan yang terbaik. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kotler dalam rambat Lupiyoadi (2001:159) menyatakan bahwa : “pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah proses pembelian”.

Berdasarkan kutipan tersebut jelas bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor baik produk/jasa itu sendiri maupun dari luar produk seperti pelayanan. Hal tersebut diperkuat lagi dengan pernyataan dari Zeithaml dan Bitner dalam Dwi Suhartanto (2001:43), mengemukakan bahwa :Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan oleh faktor situasi dan personal dari konsumen.

d. Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam Rambat Lapiyoadi (2001:161) yang melakukan penelitian atas kepuasan konsumen menemukan lima dimensi perilaku konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Kelima dimensi perilaku tersebut dapat digunakan sebagai indikator pengukuran kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Loyalty yaitu membicarakan hal-hal positif, merekomendasikan, mendorong teman, mempertimbangkan sebagai pilihan pertama.
- b. Switch yaitu melakukan bisnis lebih sedikit di masa mendatang, dan mengalihkan bisnis kepada kompetitor karena harga yang lebih baik.
- c. Pay more yaitu melanjutkan hubungan bisnis, membayar dengan harga yang lebih tinggi manfaat lain yang diberikan oleh perusahaan.
- d. External response yaitu beralih ke kompetitor jika mengalami masalah, mengeluh pada pelanggan lain jika mengalami pengalaman dengan pelayanan, dan mengeluh atau mengadukan kepada lembaga eksternal apabila mengalami masalah dengan pelayanan yang diterima.
- e. Internal response yaitu mengadukan kepada pegawai jika mengalami pengalaman bermasalah dengan pelayanan yang diterima.

B. Kerangka Konseptual

Pada perusahaan jasa keuangan dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai akan diberikan oleh nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja jasa yang diterima dan yang diharapkan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini perusahaan selalu menyadari akan pentingnya faktor kepuasan konsumennya.

Oleh karena itu, mengukur tingkat nasabah sangatlah perlu walaupun hal itu tidak mudah.

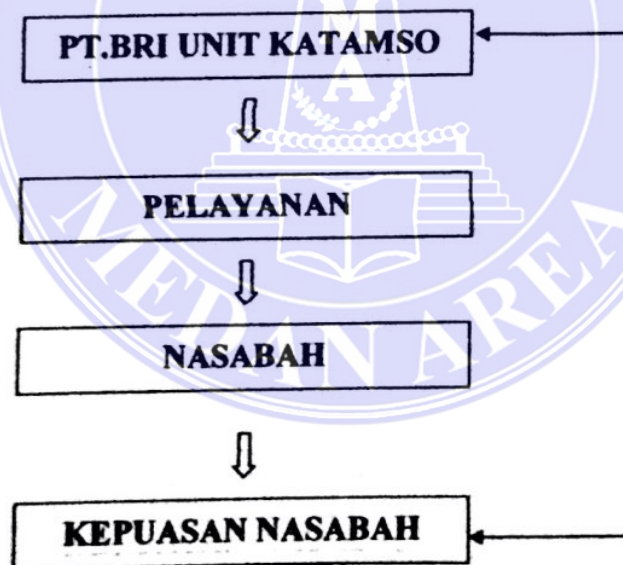
Jika pelanggan merasa apa yang ia peroleh lebih rendah dari yang diharapkannya maka konsumen tersebut akan tidak puas. Sebaliknya, jika yang diperoleh konsumen melebihi apa yang ia harapkan (positif) maka konsumen akan merasa puas. Apabila konsumen merasa puas, maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Konsumen yang puas atas pelayanan juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap jasa kepada orang lain.

Pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah kurang menyenangkan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Rambat Lupuyoadi:158), yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Kemudian kepuasan pelanggan diimplementasikan dalam 4 (empat) dimensi yaitu harga (*price*), pelayanan (*service*), citra (*image*), dan kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) dari Naumann dan Giel dalam Erma Setiawati dan Murwati (2006:77). Sehingga dengan adanya pelayanan yang maksimal diharapkan akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan.

Gambar II.1

KERANGKA KONSEPTUAL



C. Hipotesis

Menurut Suharsimi Arikunto (1998 : 67), adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti sampai terbukti melalui data yang di kumpulkan. Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka di rumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah “ Ada pengaruh yang kuat antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Katamsa Medan”.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa variabel, yaitu pelayanan dan kepuasan nasabah. Masing-masing variabel diukur dengan instrumen yaitu :

1. Pelayanan (X), yaitu ukuran yang mampu membedakan harapan yang diinginkan nasabah terhadap pelayanan yang diterima. Indikator pengukuran pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Fandy Tjiptono (2005:133), adalah :

1. Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.
2. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
3. Jaminan (assurance) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati (empathy), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
 5. Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawannya.
2. Kepuasan nasabah (Y), yaitu tingkat terpenuhinya harapan nasabah dibandingkan dengan yang diberikan. Indikator kepuasan nasabah menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Rambat Lapiyoadi (2001:161) yaitu :
- a. *Loyalty* yaitu memberikan hal-hal positif tentang pelayanan, merekomendasikan produk, mendorong teman untuk bekerja sama dengan PT. BRI Unit Katamso, mempertimbangkan Unit Katamso sebagai pilihan pertama jika ingin melakukan transaksi keuangan dalam jangka waktu yang panjang.
 - b. *Switch* yaitu melakukan bisnis lebih sedikit di masa mendatang, dan mengalihkan bisnis atau kerjasama kepada kompetitor karena harga yang lebih baik.
 - c. *Pay more* yaitu melanjutkan hubungan bisnis dengan Unit Katamso walaupun terjadi kenaikan biaya-biaya dalam bertransaksi dibandingkan biaya yang diberikan kompetitor lain.
 - d. *External response* yaitu beralih ke kompetitor jika mengalami masalah dengan pelayanan Unit Katamso, mengeluh kepada pelanggan lain jika mengalami pengalaman bermasalah dengan pelayanan Unit Katamso.

- e. Yaitu mengadukan kepada pegawai mimbar umum jika mengalami pengalaman bermasalah dengan pelayanan Unit Katamso.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Katamso yang berlokasi di Jalan Bridg Jen. Katamso No 19B Telp.061 7861067. Waktu penelitian ini direncanakan Juli 2011 sampai dengan September 2011.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi dari keseluruhan objek dan subjek penelitian yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Katamso Medan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Katamso Medan yang berjumlah 1000 Nasabah.

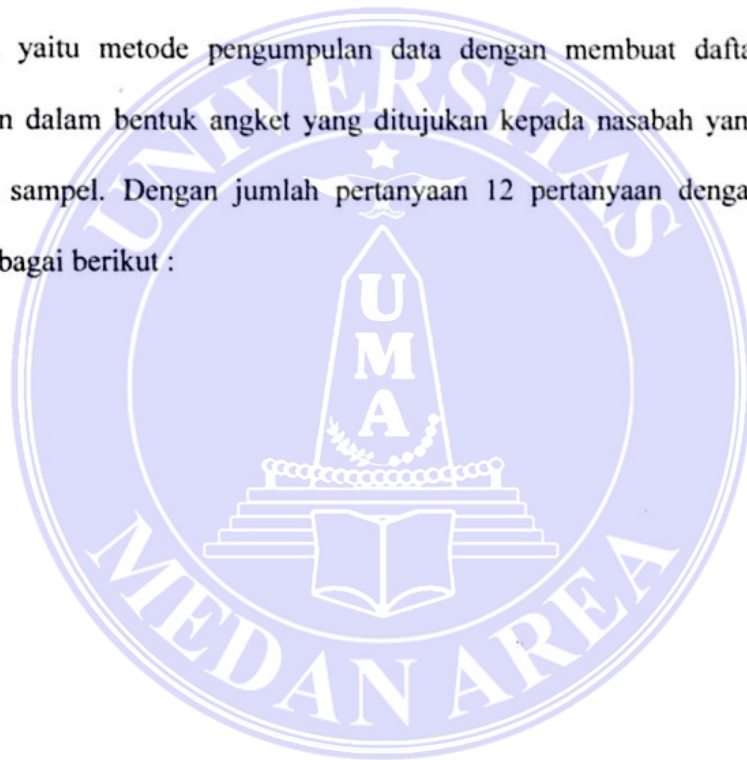
Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti yang ditentukan secara proporsional hingga dapat mewakili seluruh populasi. Sampel dari penelitian ini adalah 10% dari jumlah populasi yaitu sebanyak 1000 Nasabah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Interview (wawancara), mengadakan Tanya jawab dengan pihak yang terkait yang memiliki wewenang untuk membelikan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Kusioner, yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada nasabah yang dijadikan sampel. Dengan jumlah pertanyaan 12 pertanyaan dengan rincian sebagai berikut :



Tabel III.1
Instrumen Penelitian untuk Kisi-kisi Kuesioner

No.	Variable	Indikator	No.Item Kuisisioner	Sumber
	Pelayanan	a. <i>Reability</i>	1, 2, 3	Parasuraman, Zeithaml, berry dalam FAndy Tjiptono (2005:133)
		b. <i>Responssiveness</i>	4, 5	
		c. <i>Assurance</i>	6, 7	
		d. <i>Emphaty</i>	8, 9	
		e. <i>Tangibles</i>	10, 11, 12	
		a. <i>Loyalty</i>	1, 2, 3, 4	Zeinthaml, Berry, Parasuraman dalam Rambat Lapiyoadi (2001:161)
		b. <i>Switch</i>	5, 6	
		c. <i>Pay more</i>	7, 8	
		d. <i>External response</i>	9, 10	
		e. <i>Internal response</i>	11, 12	

2. Studi dokumentasi, yaitu dengan mengambil data – data perusahaan atau laporan resmi yang di keluarkan oleh perusahaan.

E. Tehnik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2006:204) berdasarkan penjelasan telah di gunakan pada jenis variable yang digunakan yaitu variable dependen dan variable independent maka analisi yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis korelasi. Dimana analisis korelasi ingin melihat hubungan dua variable yaitu berupa variable dependen (variable terikat) dan variable independent (variable bebas) digunakan rumus :

1. Koefisien korelasi, digunakan untuk melihat seberapa kuat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dihitung dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien Korelasi antara x dan y
 n = Jumlah Sampel
 x = Variable bebas (pelayanan)
 y = Variable terikat (kepuasan nasabah)

2. Koefisien determinasi yaitu melihat besarnya persentasi pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah, agar lebih mudah mempertimbangkan berapa persen pengaruh tersebut, maka digunakan koefisien determinasi (D) dengan rumus :

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\% \dots\dots\dots \text{Sugiyono (2006:185)}$$

3. Uji-t, dipergunakan untuk melihat signifikansi (keberartian) pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dihitung dengan rumus :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sample

Dengan criteria apabila t hitung > t_{table} maka hipotesis ditolak dan apabila thitung < t_{table} maka hipotesis nol diterima.

BAB IV

DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wiriatmadja dengan nama Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (Pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895 yang kemudian dijadikan hari kelahiran BRI. Sebagai kelanjutannya, maka didirikanlah "De Poerwokertosche hulp Spaar-en Landbouwcredietbank" oleh W. P. D de Wolf Van Westerrode bersama A. L. Schiif pada tahun 1896.

Pada priode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Karena adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, maka kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah Perjanjian

Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu, melalui PERPU No.41 tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan keluar Penpres No.17 tahun 1965 tentang pembentukan Bank Tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani Nelayan (BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rural dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No.21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai Bank Umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-undang Perbankan No.7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No.21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang kepemilikannya masih 100% ditangan Pemerintah.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang masih konsisten, yaitu dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK pada tahun 1994 sebesar 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp. 20.466 milyar.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 4.645 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi/SPI, 170 Kantor Cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P. Point, 3.705 BRI Unit dan 357 Pos Pelayanan Desa.

Adapun BRI Unit Katamso ini merupakan salah satu unit dari PT.BRI (Persero) Tbk Cabang Medan Iskandar Muda dari total 50 unit dan 4 kantor Cabang Pembantu yang dimilikinya.

2. Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk

Cabang Iskandar Muda Unit Katamso

Dalam menciptakan suasana kerja yang terorganisir secara sistematis dan terpadu perlu adanya suatu rencana kerja serta pelaksanaan rencana kerja yang terarah yang terarah sehingga diperlukan struktur organisasi yang jelas dan nyata.

Struktur organisasi menunjukkan suatu susunan yang merupakan bagan, dimana terdapat hubungan diantara fungsi bagian, status, ataupun orang-orang yang menunjukkan tanggung jawab dan wewenang yang berbeda dalam organisasi tersebut.

BRI Unit Katamso dipimpin oleh Cukup Sinulingga sebagai Kepala Unit (Ka.Unit), 2 Orang Mantri yaitu Sri Wahyuningsih, dan Roy b. Siregar, 2 orang Deskman yaitu Ibu Sri Erwina Lubis, dan Ibu Elizabeth Desi, serta 2 orang Teller yaitu Teti Wardani, dan Agustina Sitinjak.

Beikut ini adalah bagan dari struktur organisasi yang ada pada PT.BRI (Persero) Tbk, Cabang Medan Iskandar Muda Unit katamso.

Gambar IV.1
Struktur Organisasi PT.BRI (Persero) Tbk,
Cabang Medan Iskandar Muda, Unit Katamso



Sumber : Data PT.BRI Unit Katamso

Job Description (Uraian Pekerjaan)

1. Ka.Unit (Kepala Unit)

- a. Memimpin kantor BRI Unit sesuai dengan tugas pokok (penerimaan simpanan, pemberian pinjaman dan pelayanan jasa bank lainnya yang telah ditetapkan), serta membina BRI Unit dalam rangka pelayanan BRI Unit kepada masyarakat di wilayah kerjanya.
- b. Menyusun rencana kerja anggaran tahunan BRI Unit.
- c. Menetapkan kebutuhan pegawai dan mengkoordinir atau selalu mengevaluasi pelaksanaan kerja para pegawai BRI Unit yang menjadi bawahannya.

- d. Melakukan pemeriksaan terhadap mekanisme kegiatan di BRI Unit yang meliputi :
1. Mengambil Kas bersama-sama Teller dari kluis pada setiap awal hari.
 2. Menyimpan kelebihan kas dalam Kluis atau Brand Kas setiap ada sisi kas pada akhir setelah verifikasi akhir dilakukan.
 3. Menyetor kelebihan atau meminta tambahan Kas Induk BRI Unit ke atau dari Kanca.
 4. Mencatat setiap pergesaran Kas Induk tersebut dalam Register.
- e. Administrasi pembukuan / komputerisasi meliputi :
1. Kegiatan Open Sistem harus dilakukan pada awal hari kerja.
 2. Kegiatan Close Sistem pada sore hari setelah proses pembukuan selesai.
- f. Melaksanakan fiat pada sistem sesuai kewenangannya.
- g. Menatakerjakan fungsi Checker dan Signer pada bukti pembukaan sesuai kewenangannya.
- h. Melaksanakan verifikasi akhir terhadap hasil pembukuan dan laporan yang dihasilkan oleh sistem.

- i. Pelayanan nasabah meliputi :
1. Mengawasi kelancaran pelayanan kepada setiap nasabah yang dilakukan oleh Teller dan Costomer Service.
 2. Turut membantu menyelesaikan bila ada masalah antara petugas dengan nasabah atau keluhan-keluhan langsung dengan nasabah.
 3. Secara aktif memantau kegiatan nasabah dan memastikan bahwa semua nasabah diperlakukan dengan baik serta dilayani dengan baik dalam waktu sesingkat mungkin.
- j. Memeriksa register-register, berkas – berkas, dan surat-surat berharga.
- k. Memeriksa administrasi personalia dan logistik.
- l. Memutus permintaan pinjaman, fiat bayar biaya eksploitasi dan menandatangani surat sesuai dengan kewenangan yang dimiliki.
- m. Mengadakan hubungan dan kerja sama yang baik dengan Unit-unit atau sub organisasi BRI dan instansi dengan tugas pokok BRI Unit sesuai dengan batasan wewenangan yang dimiliki.
- n. Memberikan bimbingan, membuat SMK secara periodik serta saran usulan kenaikan pangkat bawahannya kepada Pinca.
- o. Melakukan pembinaan terhadap nasabah pinjaman maupun simpanan.
- p. Memeperkenalkan dan memasarkan jasa-jasa perbankan kepada masyarakat diwilayah kerjanya dalam rangka untuk mengembangkan usaha BRI.

- q. Melaksanakan pengawasan atas pemeliharaan peralatan, penyediaan materil termasuk gedung atau ruang kerja dan perlengkapan peralatan kantor lainnya.
- r. Mampu melaksanakan pekerjaan Mantri, Customer Service dan Teller serta menggantikan fungsinya dalam hal yang bersangkutan berhalangan.
- s. Menyampaikan laporan secara periodik dan sewaktu-waktu bila dibutuhkan.
- t. Menyampaikan laporan dan informasi kepada pemilik apabila terjadi penyimpangan dalam penerimaan pinjaman dan simpanan.
- u. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Pinca.

2. Mantri

- a. Memeriksa permintaan pinjaman ditempat usaha Nasabah yang meliputi usahanya, letak jaminan dan menganalisanya, serta mengusulkan putusan pinjaman kepada Ka.Unit.
- b. Melaksanakan pembinaan terhadap nasabah pinjaman dan simpanan.
- c. Memperkenalkan dan memasarkan jasa-jasa bank kepada masyarakat serta mengajak masyarakat untuk berhubungan dengan BRI.

- d. Melaksanakan pemberantasan tunggakan dengan cara memeriksa ditempat usaha nasabah, menagih dan mengusulkan langkah-langkah penanggulannya.
- e. Menyampaikan hasil kunjungan ketempat Nasabah kepada Ka. Unit.
- f. Memelihara dan mengerjakan rencana kerja buat tourne dan buku eksploitasi kendaraan bermotor.
- g. Menyampaikan laporan kepada Ka. Unit apabila dijumpai adanya penyimpangan dalam pelaksanaan operasional BRI Unit.
- h. Selalu berusaha meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.
- i. Mengikuti kegiatan ekonomi di wilayah kerjanya dan melaksanakan tugas – tugas lain yang diberikan Ka. Unit sepanjang tidak melanggar asas pengawasan intern.

3. Customer Service

- a. Menatakerjakan register-register yang berkaitan dengan pencatatan proses pelayanan simpanan, surat-surat berharga, aktiva tetap, surat masuk dan surat keluar.
- b. Memberikan pelayanan administrasi kepada nasabah atau calon nasabah pinjaman dengan sebaik-baiknya dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

- c. Memelihara Citra BRI Unit khususnya dan BRI pada umumnya untuk menjaga kepentingan bisnis BRI Unit.
- d. Menatausahakan register yang berkaitan dengan proses pelayanan pinjaman untuk kelancaran pengelolaan pinjaman.
- e. Menata usahakan register yang berkaitan dengan simpanan untuk mencegah kerugian bank.
- f. Menatausahakanregister pemberantasan tunggakan untuk mendukung kelancaran kegiatan pemberantasan tunggakan.
- g. Menyimpan berkas pinjaman dan agunannya dalam rangka pengamanan aset bank
- h. Membuat dan mengadministrasikan laporan-laporan BRI Unit untuk keperluan penentuan kebijakan manajemen yang disampaikan kepada Ka.Unit dan Kanca.
- i. Membuat konsep surat berdasarkan perintah dan diposisi Ka. Unit.
- j. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Ka.Unit sepanjang tidak melanggar pengawasan intern.

4. Teller

- a. Bersama-sama Ka.Unit menyelenggarakan pengurusan Kas BRI Unit untuk mengamankan aset BRI.
- b. Memberikan pelayanan kepada Nasabah atau calon Nasabah dengan sebaik-baiknya untuk kepentingan bisnis BRI.
- c. Memelihara citra BRI Unit khususnya dan BRI umumnya untuk menjaga kepentingan bisnis BRI Unit.
- d. Memastikan kelancaran dan ketepatan pelayanan, penerimaan setoran dan pembayaran dari dan ke nasabah untuk kepentingan bisnis BRI.
- e. Menyetorkan setiap kelebihan maximum Kas selama jam kerja dan menyetorkan sisa Kas pada akhir hari ke Kas Induk untuk keamanan Kas BRI Unit.
- f. Memastikan keamanan dan kecocokan uang Kas yang ada dalam ruang Teller untuk kelancaran pelayanan nasabah.
- g. Memastikan kelengkapan bukti-bukti Kas Tunai dan OB (Over Booking) yang berada dalam pengawasannya untuk menghindari penyimpangan Kas Teller.

3. Karakteristik Responden

Kuesioner yang disebarkan diperoleh beberapa karakteristik responden, yakni jenis pekerjaan, usia, tingkat pendidikan, dan lama menjadi nasabah BRI Unit.

Table IV.1
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden		Frekuensi	Persemtase (%)
1.	Jenis Pekerjaan	Pegawai	21	51.22
		Pedagang	12	29.22
		Lain-lain(ibu RT & pensiun)	8	1.51
		Jumlah	41	100.00
		2.	Usia	< 30 tahun
30-40 tahun	14	34.15		
> 40 tahun	22	53.66		
Jumlah	41	100.00		
3.	Tingkat Pendidikan	Sekolah	6	14.63
		Menengah		
		Akademik	14	34.015
		Perguruan Tinggi	21	51.22
		Jumlah	41	100.00
4.	Lama Menjadi Nasabah	< 1 tahun	2	4.88
		1 - 3 tahun	14	34.15
		> 3 tahun	25	60.97
		Jumlah	41	100.00

Berdasarkan tabel IV.1 dari 41 responden didata yang jenis pekerjaannya sebagai pegawai sejumlah 51,22% pedagang 29,24% dan lain-lain yaitu sebagai ibu rumah tangga dan pensiunan adalah sebesar 19,51%. Karakteristik responden berdasarkan usia lebih banyak nasabah yang berumur diatas 40 tahun. Hal ini terlihat dari data responden yang berusia > 40 tahun sebesar 53,66%, umur 30-40 tahun sebanyak 34,15%, dan responden yang berumur < 30 tahun sebesar 12,19%. Berdasarkan tingkat pendidikan, sekolah menengah sebanyak 14,63%, akedemi 34,15%, perguruan tinggi 51,22%. Nasabah termasuk nasabah yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap BRI Unit Katamso, hal ini dapat dilihat dari 60,97% responden telah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun.

4. Pelayanan

Instrument tentang pelayanan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) dimensi, yaitu reability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles. Untuk memperoleh informasi bagaimana sesungguhnya jawaban responden penelitian tentang pelayanan, dapat dilihat pada table berikut :

Table IV.2
Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan
Berdasarkan Indikator *Reliabilty*

No.	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelayanan transaksi dilakukan dengan akurat tanpa kesalahan	- Sangat setuju	12	29,27
		- Setuju	23	56,10
		- Kurang setuju	6	14,63
		- Tidak setuju	0	0,00
		Jumlah	41	100,00
2.	Pelayanan transaksi dilakukan dengan cepet dan tepat waktu	- Sangat setuju	18	43,90
		- Setuju	22	53,66
		- Kurang setuju	1	2,44
		- Tidak setuju	0	0,00
		Jumlah	41	100,00
3.	Apabila timbul masalah pihak bank dapat menyelesaikan dengan baik	- Sangat Setuju	13	31,71
		- Setuju	22	53,66
		- Kurang Setuju	6	14,63
		- Tidak Setuju	0	0
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011.

Tabel IV.2 memperlihatkan bahwa Bri Unit Katamso melakukan pelayanan transaksi dengan akurat tanpa melakukan kesalahan yang fatal dan transaksi dilakukan dengan cepat dan tepat waktu. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang setuju sebesar > 50%. Unit Katamso juga dapat menyelesaikan masalah dengan baik apabila saat bertransaksi nasabah merasa timbul masalah.

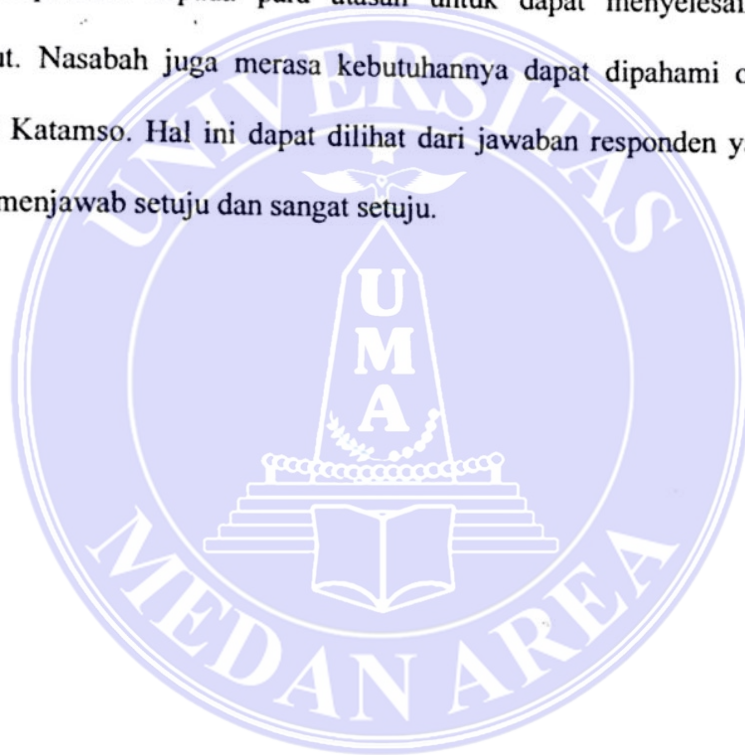
Tabel IV.3
Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan
Berdasarkan Indikator *Responsiveness*

No	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Karyawan selalu berusaha membantu saya dalam bertransaksi sesuai wewenangnya.	- Sangat Setuju	5	12,20
		- Setuju	27	65,85
		- Kurang Setuju	9	21,95
		- Tidak setuju	0	0,00
		Jumlah	414	100,00
2	Kebutuhan saya dapat Dimengerti dan direspon	- Sangat Setuju	7	17,07
		- Setuju	23	56,10

	dengan baik.	- Kurang Setuju	11	26,83
		- Tidak Setuju	0	0
		Jumlah	41	100.00

Sumber : Data diolah, 2011.

Tabel IV.3 menunjukkan bahwa karyawan BRI Unit Katamso memiliki komitmen untuk selalu berusaha membantu nasabah sesuai dengan kemampuan dan wewenangnya. Apabila tidak dapat diselesaikan oleh karyawan frontliner maka akan dilimpahkan kepada para atasan untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut. Nasabah juga merasa kebutuhannya dapat dipahami oleh pihak BRI Unit Katamso. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju.



Tabel IV.4
Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan
Berdasarkan Indikator Assurance

No	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Transaksi keuangan yang dilakukan nasabah sangat dirahasiakan.	- Sangat Setuju	12	29,27
		- Setuju	18	43,90
		- Kurang Setuju	9	21,95
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00
2	Saya merasa karyawan menguasai bidangnya sehingga saya merasa aman	- Sangat Setuju	11	26,83
		- Setuju	24	58,54
		- Kurang Setuju	6	14,63
	Dan percaya pada perusahaan.	- Tidak Setuju	0	0,00
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.4 memberikan fakta bahwa BRI Unit Katamso menjamin kerahasiaan transaksi keuangan nasabah tidak perlu khawatir transaksinya diketahui orang lain yang tidak berhak. BRI Unit Katamso juga berusaha mendapatkan kepercayaan dari nasabah dengan kemampuan karyawan yang menguasai bidangnya.

Tabel IV.5
Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan
Berdasarkan Indikator *Empathy*

No	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Karyawan memberikan perhatian lebih kepada nasabah sehingga lebih mengenal nasabah.	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	23	56,10
		- Kurang Setuju	9	21,95
		- Tidak Setuju	0	0
		Jumlah	41	100,00
2	Karyawan memahami masalah yang dialami nasabah dan berusaha membantu.	- Sangat Setuju	12	29,27
		- Setuju	18	43,90
		- Kurang Setuju	9	21,95
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.5 menunjukkan bahwa para karyawan BRI Unit Katamso berusaha memberikan empati kepada para nasabahnya agar dapat mengenal nasabah lebih dekat dengan demikian karyawan dapat membantu memahami nasabah dengan karakter yang berbeda-beda.

Tabel IV.6
Distribusi Jawaban Responden tentang Pelayanan
Berdasarkan Indikator *Tangibles*

No	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ruang tunggu yang nyaman sehingga saya tidak merasa bosan bila harus menunggu.	- Sangat Setuju	8	19,51
		- Setuju	20	48,78
		- Kurang Setuju	10	24,40
		- Tidak Setuju	3	7,31
		Jumlah	41	100,00
2.	Ruang kantor dan toilet berih dan memadai.	- Sangat Setuju	14	34,15
		- Setuju	23	56,15
		- Kurang Setuju	3	7,32
		- Tidak Setuju	1	2,44
		Jumlah	41	100,00
3.	Lokasi parkir yang luas dan mudah/dekat kantor.	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	24	58,54
		- Kurang Setuju	6	14,63
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.6 memperlihatkan dari segi bukti fisik, pelayanan BRI Unit Katamso telah memadai. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju. Nasabah menilai ruangan kantor dan toilet BRI Unit Katamso bersih karena semua inventaris dan barang-barang lainnya tertata rapi. Juga lokasi parkir yang luas dan mudah/dekat memberikan nilai plus bagi nasabah.

5. Kepuasan nasabah

Instrumen tentang kepuasan nasabah dalam penelitian ini terdiri 6 (enam) inti pertanyaan, yaitu *loyalty*, *switch*, *pay more*, *external response* dan *internal response*. Untuk memperoleh informasi bagaimana sesungguhnya jawaban responden penelitian tentang kepuasan nasabah, dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel IV.7
Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah
Berdasarkan Indikator *Loyalty*

No.	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Saya sering membicarakan hal hal positif tentang pelayanan di BRI Unit Katamso	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	19	46,34
		- Kurang Setuju	10	24,39
		- Tidak Setuju	3	7,32
		Jumlah	41	100,00
2	Saya merekomendasikan BRI Unit Katamso kepada rekan/teman/keluarga	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	24	58,54
		- Kurang Setuju	6	14,63
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00
3	Saya mendorong rekan/teman/keluarga untuk menjalin kerjasama dengan BRI Unit Katamso	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	27	65,85
		- Kurang Setuju	5	12,20
		- Tidak Setuju	0	0,00
		Jumlah	41	100,00
4	Mempertimbangkan BRI Unit Katamso sebagai pilihan pertama jika ingin bertransaksi	- Sangat Setuju	4	9,76
		- Setuju	28	68,29
		- Kurang Setuju	8	19,51
		- Tidak Setuju	1	2,44
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah penulis, 2011

Tabel IV.7 menunjukkan pelayanan Unit Katamso memberikan kepuasan nasabah yang memadai, hal ini dilihat dari alasan-alasan berikut :

- a. Sering merekomendasikan hal-hal positif tentang pelayanan yang diberikan
- b. Merekomendasikan Unit Katamso kepada rekan/teman/keluarga.
- c. Mendorong rekan/teman/keluarga untuk menjalin kerjasama dengan Unit Katamso.
- d. Mempertimbangkan Unit Katamso sebagai pilihan pertama jika ingin mendapatkan pelayanan perbankan.

Dengan alasan-alasan tersebut yang dibuat dalam pernyataan memperlihatkan jawaban responden pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju. Dan dengan alasan tersebut dapat mencerminkan loyalitas nasabah tinggi karena Unit Katamso memberikan kepuasan kepada nasabahnya



Tabel IV.8
Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah
Berdasarkan Indikator *Switch*

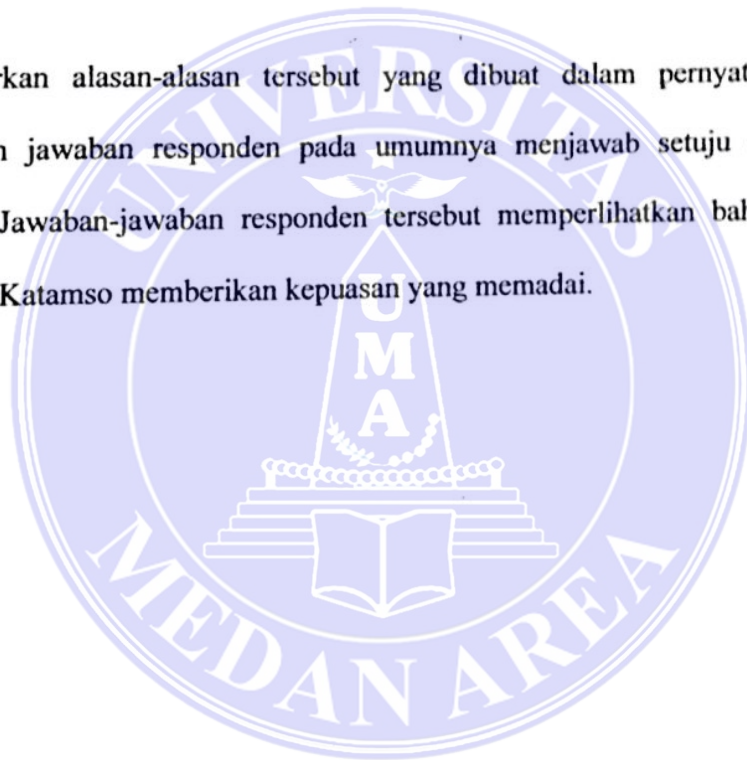
No.	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ada keinginan untuk melakukan kerja sama lebih banyak di waktu mendatang	- Sangat Setuju	6	14,63
		- Setuju	23	56,10
		- Kurang Setuju	10	24,39
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00
2	Melakukan lebih banyak hubungan di masa mendatang, dan tidak mengalihkan bisnis karena harga jasa yang lebih baik	- Sangat Setuju	3	7,32
		- Setuju	21	51,22
		- Kurang Setuju	14	34,14
		- Tidak Setuju	3	7,32
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah penulis, 2011

Tabel IV.8 memperlihatkan pelayanan Unit Katamso memberikan kepuasan yang memadai, yang dilihat dari alasan berikut :

- a. Ada keinginan untuk melakukan kerjasama lebih banyak di waktu mendatang.
- b. Melakukan lebih banyak hubungan di masa mendatang, dan tidak mengalihkan bisnis kepada kompetitor karena harga jasa yang lebih baik.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut yang dibuat dalam pernyataan memperlihatkan jawaban responden pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju. Jawaban-jawaban responden tersebut memperlihatkan bahwa pelayanan Unit Katamso memberikan kepuasan yang memadai.



Tabel IV.9
Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah Berdasarkan
Indikator *Pay More*

No.	Pernyataan	Jawaban	frekuensi	Persentase (%)
1	Melanjutkan hubungan bisnis dengan BRI Unit Katamso walaupun terjadi kenaikan biaya biaya transaksi	- Sangat Setuju	5	12,20
		- Setuju	27	65,85
		- Kurang Setuju	9	21,95
		- Tidak Setuju	0	0
		Jumlah	41	100,00
2	Membayar dengan harga jasa lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lain karena BRI Unit Katamso memberikan manfaat yang lebih	- Sangat Setuju	2	4,88
		- Setuju	21	51,22
		- Kurang Setuju	14	34,14
		- Tidak Setuju	4	9,76
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.9 menunjukkan pelayanan Unit Katamso memberikan kepuasan nasabah yang memadai, hal ini dapat dilihat dari alasan-alasan berikut :

- a. Melanjutkan hubungan bisnis dengan Unit Katamso walaupun terjadi kenaikan harga dari biaya-biaya transaksi.
- b. Membayar dengan harga lebih tinggi untuk biaya-biaya dibandingkan dengan yang ditawarkan bank pesaing karena Unit Katamso memberikan pelayanan yang lebih baik.

Dengan alasan-alasan tersebut yang dibuat dalam bentuk pernyataan memperlihatkan jawaban responden pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju. Para nasabah tetap melanjutkan bisnis walaupun terjadi kenaikan biaya transaksi karena lokasi Unit Katamso lebih mudah di capai masyarakat disekitarnya dibandingkan bank pesaing yang lebih jauh.

Tabel IV.10

Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah
Berdasarkan Indikator *External Response*

No.	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Beralih ke lembaga keuangan lain jika pelayanan BRI Unit Katamso tidak baik	- Sangat Setuju	6	14,63
		- Setuju	26	63,41
		- Kurang Setuju	7	17,07
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00
2	Mengeluh kepada nasabah jika mengalami pengalaman dengan pelayanan BRI Unit Katamso	- Sangat Setuju	9	21,95
		- Setuju	18	43,90
		- Kurang Setuju	14	34,14
		- Tidak Setuju	0	0
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.10 memperlihatkan nasabah tidak akan berpindah ke bank pesaing walaupun ada penurunan kualitas pelayanan. Karena pelayanan Unit Katamso yang lebih bersifat kekeluargaan membuat nasabah tetap setia walaupun pelayanan dilakukan tidak sesuai dengan standar pelayanan. Para nasabah merasa hal tersebut terjadi karena situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan pegawai melayani dengan semestinya dan hanya bersifat sementara waktu.



Tabel IV.11
Distribusi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah
Berdasarkan Indikator *Internal Response*

No.	Pernyataan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mengeluh/mengdulkan kepada lembaga Pengaduan Konsumen apabila mengalami masalah dengan pelayanan BRI Unit Katamso	- Sangat Setuju	7	17,06
		- Setuju	28	68,29
		- Kurang Setuju	4	9,77
		- Tidak Setuju	2	4,88
		Jumlah	41	100,00
2	Mengadukan kepada karyawan BRI Unit Katamso bila mengalami pengalaman bermasalah dengan pelayanan BRI Unit Katamso	- Sangat Setuju	6	14,63
		- Setuju	22	53,66
		- Kurang Setuju	8	19,51
		- Tidak Setuju	5	12,20
		Jumlah	41	100,00

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.11 memperlihatkan nasabah merupakan individu yang memiliki kepribadian bersifat positif, dalam menanggapi hal-hal yang buruk dengan pelayanan Unit Katamso mereka lebih bersifat kooperasi dengan melakukan komplain dengan pihak Unit Katamso maupun lembaga bantuan hukum konsumen yang ada. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan yang diajukan umumnya responden menjawab setuju.

6. Validitas dan Reliabilitas

Penyebaran kuisisioner dilakukan kepada nasabah BRI Unit Katamso yang menjadi responden sebanyak 41 orang. Dalam pengujian validitas, syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pertanyaan valid atau tidak, dengan membandingkan dengan r-tabel sebesar 0,308. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,308 maka butir dalam pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Jumlah pernyataan diperoleh hasil analisis item ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel IV.12

Hasil Analisis Validitas Item Pernyataan Variabel X (Pelayanan)

No. Butir Pernyataan	r- Tabel (r-kritis)	Koefisien Korelasi (r-hitung)	Keterangan
r1-X	0,308	0,349	Valid
r2-X	0,308	0,317	Valid
r3-X	0,308	0,609	Valid
r4-X	0,308	0,604	Valid
r5-X	0,308	0,481	Valid
r6-X	0,308	0,529	Valid
r7-X	0,308	0,276	Tidak Valid
r8-X	0,308	0,346	Valid
r9-X	0,308	0,470	Valid
r10-X	0,308	0,327	Valid
r11-X	0,308	0,266	Tidak Valid
r12-X	0,308	0,290	Tidak Valid

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.12 diketahui nilai validitas untuk setiap pernyataan ada yang koefisien korelasinya tidak valid. Dikatakan tidak valid karena koefisien korelasi berada dibawah 0,308. Diketahui bahwa item pernyataan nomor 7, 11, 12 tidak valid, karena nilai signifikansi koefisien kolerasinya tidak mencapai ketentuan sebesar 0,308. Jumlah pernyataan variable kepuasan nasabah sebanyak 12 butir pernyataan diperoleh hasil analisis item ditunjukkan pada table berikut :

Tabel IV.13
Hasil Analisis Validitas Item Pernyataan Variable Y (Kepuasan Nasabah)

No. Butir Pernyataan	r- Tabel (r-kritis)	Koefisien Korelasi (r-hitung)	Keterangan
r1-X	0,308	0,472	Valid
r2-X	0,308	0,310	Valid
r3-X	0,308	0,402	Valid
r4-X	0,308	0,332	Valid
r5-X	0,308	0,519	Valid
r6-X	0,308	0,561	Valid
r7-X	0,308	0,372	Valid
r8-X	0,308	0,498	Valid
r9-X	0,308	0,618	Valid
r10-X	0,308	0,434	Valid
r11-X	0,308	0,231	Tidak Valid
r12-X	0,308	0,621	Valid

Sumber : Data diolah, 2011

Tabel IV.13 diketahui nilai validitas untuk setiap pernyataan, ternyata ada koefisien kolerasi yang tidak valid, yaitu koefisien korelasi r_{11-X} sebesar 0,231. dikatakan tidak valid karena koefisien korelasi tidak mencapai 0,308, berarti hanya 11 pernyataan variable kepuasan nasabah yang diikutsertakan dalam pengujian hipotesis.

Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas, yang berguna untuk mengetahui apakah jawaban responden sebagian besar berada pada kategori yang setuju jika dilakukan secara berulang-ulang atau berlaku pada seluruh populasi. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *Spilt Half* (belah dua), diperoleh data sebagai berikut ;

Tabel IV.4
Hasil Analisis Reabilitas Kualitas Berita dan Kepuasan Pelanggan

Variable	Nilai <i>Split Half</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,788	Realible
Kepausan Pelanggan	0,669	Realible

Sumber : Data diolah penulis, 2011

Berdasarkan tabel IV.4, diketahui nilai *Split Half* untuk kedua variable berada diatas 0,6. Berdasarkan ketentuan Nunally, nilai *Split Half* yang diatas 0,6 dapat dikatakan reliable. Dengan demikian kedua variable tersebut sudah reliable dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

B. Pembahasan

1. Pengujian Hipotesis

Variable pelayanan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 12 pernyataan, ada 3 item pernyataan yang dinyatakan tidak valid. Karena da butir pernyataan pelayanan yang tidak valid, maka nilai-nilai jawaban pernyataan tidak seluruhnya diikutsertakan dalam pengujian hipotesis, hanya 9 item pernyataan yang diikutsertakan dalam pengujian hipotesis. Begitu juga variable kepuasan nasabah yang terdiri dari 12 pernyataan, ada satu butir pernyataan tidak valid, maka nilai tidak valid tidak diikutsertakan dalam pengujian hipotesis. Dari data kuesioner yang telah direkapitulasi, sehingga diperoleh nilai-nilai sebagai berikut :

n	=	41
ΣX	=	1.134
ΣY	=	1.273
ΣX^2	=	31.696
ΣY^2	=	40.113
ΣXY	=	35.351

Sehingga berdasarkan angka tersebut dapat disubsitusikan ke dalam rumus korelasi sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{41 \times 35.3351 - 1.134 \times 1.2734}{\sqrt{[41 \times 31.696 - 1.134^2][41 \times 41.113 - 1.273^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{1.449.391 - 1.443.582}{\sqrt{(1.299.536 - 1.285.956)(1.644.633 - 1620529)}}$$

$$r_{xy} = \frac{5.809}{\sqrt{1.13.580 \times 24.104}}$$

$$r_{xy} = \frac{5.809}{\sqrt{327.332.320}}$$

$$r_{xy} = \frac{5.809}{18.092,33}$$

$$r_{xy} = 0,321$$

2. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Ada pengaruh signifikan di sini berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang berarti atau bermakna terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan teori dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat tiga factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Pada PT. BRI Unit Katamso kualitas pelayanan merupakan hal yang harus ditingkan untuk mencapai kepuasan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini tidak jauh beda dengan pemikiran beberapa ahli sebelumnya. Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak meneliti seluru faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah namun hanya dari faktor pelayanan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Simamora, Gramedia Pustaka Utama, Bilson, 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Cetakan Kedua, Jakarta
- Moenir, Liberty, Husein. 2002. *Kenyamanan dalam Pelayanan*. Edisi Kedua. Yogyakarta
- Siagian, 2000, *Management Pemasaran Jasa*, Cetakan Ketujuh, Penerbit LPPM, Jakarta
- Fandi, Tjiptono, 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : Andi
- Fandi, Tjiptono, 2000, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat Yogyakarta : Andi Offset
- Philip, Kotler, 2002. *Managemen Pemasaran*, Terjemahan Hendra Teguh, Ronny
- Rusli, Benyamin Molan, Edisi Millenium, Jakarta : PT. Prenhallindo
- Rambat Lupiyoadi, 2001. *Managemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat
- Kasmir, 2006. *Etika Customer Service*, PT. Rajagrafindo Persada Jakarta
- E. Widjo Hari Murdoko, 2007. *Great customer Service*, PT. Elex Media Kompusindo, Jakarta
- Gregorius Chandra, Fandy Tjiptono, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Alfabeta Bandung

Tabulasi Jawaban Responden

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	30	37	900	1.369	1.11
2	32	33	1.024	1.089	1.056
3	32	36	1.024	1.296	1.12
4	29	26	841	676	754
5	31	41	961	1.681	1.271
6	23	28	529	784	644
7	29	37	841	1.369	1.073
8	29	33	841	1.089	97
9	30	29	900	841	870
10	30	28	900	784	840
11	29	32	841	1.024	928
12	31	34	900	1.156	1.02
13	28	30	784	900	840
14	31	33	841	1.089	957
15	29	33	676	1.089	858
16	26	34	729	1.156	918
17	27	32	62	1.024	800
18	25	32	729	1.024	864
19	27	31	841	961	899
20	29	27	441	729	567
21	21	34	576	1.156	816
22	24	34	729	1.156	918
23	27	34	579	1.156	816
24	24	25	529	625	575
25	23	29	961	841	899
26	31	28	900	784	840
27	30	30	676	900	780
28	26	29	625	841	725
29	25	27	784	729	756
30	28	31	625	961	775
31	25	27	625	729	675
32	25	27	841	729	783
33	29	30	961	900	930
34	31	31	676	961	806
35	26	34	961	1.156	986
36	29	30	529	900	690
37	23	31	576	961	744
38	24	22	676	484	572
39	26	38	961	1.444	1.178
40	31	29	961	841	899
41	30	27	900	4	810
Σ	1.134	1.273	31.696	40.113	35.351

Reliabilitas : Kepuasan Nasabah

Nomor Resp.	Skor Ganjil						Skor Total
	1	3	5	7	9	11	
1	3	3	3	4	4	3	20
2	4	3	3	3	3	3	19
3	4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	2	3	3	3	17
5	4	4	4	4	4	3	23
6	3	3	2	3	3	3	17
7	4	4	3	3	3	4	21
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	4	1	3	3	3	16
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	3	3	3	3	20
12	3	3	4	2	3	1	16
13	3	4	2	3	2	3	17
14	2	3	3	3	3	4	18
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	4	3	2	4	3	19
17	3	3	2	3	3	4	18
18	2	3	3	2	3	3	16
19	3	3	2	3	3	3	17
20	3	4	3	2	2	3	17
21	2	3	3	3	3	3	17
22	4	3	4	3	3	3	20
23	4	3	3	3	4	3	17
24	3	2	4	3	3	2	16
25	3	3	2	2	3	3	16
26	2	3	3	2	2	4	16
27	3	3	2	2	2	4	16
28	2	4	3	3	3	2	17
29	1	3	3	2	3	3	15
30	3	3	2	3	2	4	17
31	1	2	3	3	3	3	15
32	2	3	4	3	2	3	17
33	2	2	2	4	3	4	17
34	4	3	3	3	3	3	19
35	1	4	3	4	3	1	16
36	2	3	3	3	3	3	17
37	3	3	1	3	3	3	16
38	3	2	4	3	1	3	16
39	4	3	3	3	4	3	20
40	3	3	3	3	1	2	15
41	3	2	3	2	3	2	15

Nomor Resp.	Skor Genap						Skor Total
	2	4	6	8	10	12	
1	4	3	3	3	4	3	20
2	3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	3	3	2	4	18
4	2	3	1	2	2	2	12
5	4	3	3	4	4	3	21
6	2	3	2	2	3	2	14
7	3	3	4	3	4	3	20
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	2	3	3	3	2	16
10	3	2	2	1	2	3	13
11	3	3	3	2	2	2	15
12	3	4	3	2	4	3	19
13	3	3	3	3	2	3	17
14	3	1	4	3	3	4	18
15	3	3	3	2	3	4	18
16	2	3	3	4	3	3	19
17	3	4	3	2	4	3	18
18	4	3	3	3	2	3	17
19	3	3	3	3	2	3	17
20	3	3	2	3	3	1	15
21	4	3	2	3	4	4	20
22	3	3	3	3	3	3	18
23	1	4	2	2	3	4	16
24	2	2	2	1	3	1	11
25	1	3	2	3	2	3	14
26	3	3	3	3	2	3	17
27	4	2	2	3	3	3	17
28	3	3	2	2	4	1	15
29	4	3	2	2	3	1	15
30	4	3	1	3	3	3	17
31	3	3	2	3	3	2	16
32	2	2	3	2	3	2	14
33	3	3	3	1	2	3	15
34	3	2	3	2	3	3	16
35	3	3	4	3	4	2	19
36	3	3	2	3	2	3	16
37	4	2	2	3	3	2	16
38	2	2	1	2	2	3	12
39	3	4	3	2	4	4	20
40	4	3	2	2	2	3	16
41	3	3	3	1	3	1	14

Reabilitis : Pelayanan

Nomor Resp.	Skor Ganjil						Skor Total
	1	3	5	7	9	11	
1	3	4	3	4	4	4	22
2	4	4	4	3	3	3	21
3	4	3	4	3	3	4	21
4	4	3	4	3	4	3	21
5	3	3	4	4	4	3	21
6	3	3	3	2	3	3	17
7	3	3	3	2	4	3	18
8	3	3	3	2	4	3	18
9	3	4	4	3	3	3	20
10	4	4	3	2	3	2	18
11	3	3	3	3	3	3	18
12	4	4	3	3	2	4	20
13	3	4	3	3	2	4	19
14	3	3	3	3	3	3	18
15	2	3	3	4	3	3	18
16	3	4	3	3	2	3	18
17	3	3	2	3	2	2	15
18	3	3	2	3	2	4	17
19	3	3	3	4	4	2	19
20	3	2	3	3	1	4	16
21	3	2	2	3	2	3	15
22	3	3	3	4	3	4	20
23	3	2	2	3	3	3	16
24	3	2	3	3	2	3	16
25	4	4	4	3	2	3	20
26	3	4	3	3	4	3	20
27	4	3	2	2	3	3	17
28	4	3	2	2	3	3	17
29	3	3	3	4	4	3	20
30	3	2	4	4	1	3	17
31	3	3	2	3	2	3	16
32	2	4	3	3	4	2	18
33	2	4	3	3	3	2	17
34	3	3	2	3	4	3	18
35	3	3	2	3	3	1	15
36	2	3	2	4	3	3	17
37	2	2	3	4	3	3	17
38	2	4	3	3	3	4	19
39	4	4	3	4	3	4	22
40	4	3	2	4	4	4	21
41	4	3	3	3	4	4	21

Nomor Resp.	Skor Genap						Skor Total
	2	4	6	8	10	12	
1	4	3	3	3	3	3	19
2	4	3	3	4	3	4	21
3	4	3	3	4	4	3	21
4	2	3	3	3	3	4	18
5	4	4	3	3	3	3	20
6	3	2	2	3	1	3	14
7	3	3	4	3	3	2	18
8	4	3	3	3	3	2	18
9	3	3	4	2	4	3	19
10	3	3	3	4	3	4	20
11	3	3	4	4	3	3	20
12	3	4	4	3	3	3	20
13	4	3	2	3	4	4	19
14	4	3	4	2	4	2	17
15	3	3	2	3	4	2	18
16	4	3	4	1	3	3	18
17	3	3	2	3	4	3	19
18	3	3	4	3	4	2	19
19	3	3	4	2	3	4	16
20	3	2	2	2	3	4	18
21	3	2	3	3	4	3	19
22	3	2	3	3	4	4	15
23	4	3	1	3	3	1	15
24	3	3	2	2	3	2	19
25	3	4	3	4	3	2	18
26	4	3	3	3	3	2	17
27	3	2	3	2	4	3	16
28	3	2	1	4	3	3	19
29	4	3	2	3	3	4	18
30	4	3	3	2	3	3	16
31	3	3	3	4	2	1	19
32	3	3	3	3	4	3	21
33	4	4	4	3	4	2	17
34	4	2	2	3	3	2	16
35	4	2	4	4	4	3	18
36	3	3	3	2	2	2	15
37	3	3	2	3	3	2	16
38	4	2	4	2	2	1	15
39	3	4	4	2	3	4	20
40	4	3	3	3	4	3	20
41	4	3	3	3	3	4	20

Tabulasi Jawaban Responden (Setelah yang tidak Valid Dibuang)
Kepuasan Nasabah

Nomor Resep.	Nomor Kuisisioner / Jawaban Responden												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4		3	37
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2		3	33
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2		4	36
4	3	2	3	3	2	1	3	2	3	2		2	26
5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4		3	41
6	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3		2	28
7	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4		3	37
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	33
9	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3		2	29
10	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2		3	28
11	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2		2	32
12	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4		3	34
13	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2		3	31
14	2	3	3	1	4	4	3	3	3	3		4	32
15	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3		4	33
16	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3		3	34
17	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4		3	33
18	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2		3	31
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		3	31
20	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3		1	29
21	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4		4	34
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	35
23	4	1	3	4	2	2	3	2	4	3		4	33
24	3	2	2	2	2	2	3	1	3	3		1	26
25	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2		3	27
26	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2		3	29
27	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3		3	29
28	2	3	4	3	2	2	3	2	3	4			29
29	1	4	3	3	2	2	2	2	3	3		1	27
30	3	4	3	3	1	1	3	3	2	3		3	30
31	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3		2	28
32	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3		2	28
33	2	3	2	3	3	3	4	1	3	2		3	28
34	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3		3	32
35	1	3	4	3	4	4	4	3	3	4		2	34
36	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2		3	30
37	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3		2	29
38	3	2	2	2	1	1	3	2	1	2		3	25
39	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4		4	37
40	3	4	3	3	2	2	3	2	1	2		3	29
41	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3		1	27

Tabulasi Jawaban Responden (Setelah yang tidak Valid Dibuang)
Pelayanan (X)

Nomor Resep.	Nomor Kuisisioner / Jawaban Responden												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	4	4	3	3	3		3	4	3			30
2	4	4	4	3	4	3		4	3	3			33
3	4	4	3	3	4	3		4	3	4			32
4	4	2	3	3	4	3		3	4	3			29
5	3	4	3	4	4	3		3	4	3			31
6	3	3	3	2	3	2		3	3	1			23
7	3	3	3	3	3	4		3	4	3			29
8	3	4	3	3	3	3		3	4	3			29
9	3	3	4	3	4	4		2	3	4			30
10	4	3	4	3	3	3		4	3	3			30
11	3	3	3	3	3	4		4	3	3			29
12	4	3	4	4	3	4		3	2	3			30
13	3	4	4	3	3	3		3	2	4			28
14	3	4	3	3	3	4		2	3	4			29
15	2	3	3	3	3	3		3	3	4			26
16	3	4	4	3	3	4		1	2	3			27
17	3	3	3	3	2	3		3	2	4			25
18	3	3	3	3	2	4		3	2	4			27
19	4	3	3	3	3	4		2	4	3			29
20	3	3	2	2	3	2		2	1	3			21
21	3	3	2	2	2	3		3	2	4			24
22	3	3	3	2	3	3		3	3	4			27
23	3	4	2	3	2	1		3	3	3			24
24	3	3	2	3	3	2		2	2	3			23
25	4	3	4	4	4	3		4	2	3			31
26	3	4	4	3	3	3		3	4	3			30
27	4	3	3	2	2	3		2	3	4			26
28	4	3	3	2	2	1		4	3	3			25
29	3	4	3	3	3	2		3	4	3			28
30	3	4	2	3	4	3		2	1	3			25
31	3	3	3	3	2	3		4	2	2			25
32	2	3	4	3	3	3		3	4	4			29
33	2	4	4	4	3	4		3	3	4			31
34	3	4	3	2	2	2		3	4	3			26
35	3	4	3	2	2	4		4	3	4			29
36	2	3	3	3	2	3		2	3	2			23
37	2	3	2	3	3	2		3	3	3			24
38	2	4	4	2	3	4		2	3	2			26
39	4	3	4	4	3	4		2	3	3			30
40	4	4	3	3	2	3		3	4	4			30
41	4	4	3	3	3	3		3	4	3			30

Tabulasi Jawaban Responden (Setelah yang tidak Valid Dibuang)
 Pelayanan (X)

Nomor Resep.	Nomor Kuisisioner / Jawaban Responden												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	4	4	3	3	3		3	4	3			30
2	4	4	4	3	4	3		4	3	3			33
3	4	4	3	3	4	3		4	3	4			32
4	4	2	3	3	4	3		3	4	3			29
5	3	3	3	2	3	2		3	3	1			31
6	3	3	3	3	3	4		3	4	3			23
7	3	4	3	3	3	3		3	4	3			29
8	3	3	4	3	4	4		2	3	4			29
9	3	3	4	3	4	4		2	3	4			30
10	4	3	4	3	3	3		4	3	3			30
11	3	3	3	3	3	4		4	3	3			29
12	4	3	4	4	3	4		3	2	3			29
13	3	4	4	3	3	3		3	2	4			30
14	3	4	3	3	3	4		2	3	4			28
15	2	3	3	3	3	3		3	3	4			29
16	3	4	4	3	3	4		1	2	3			26
17	3	3	3	3	2	3		3	2	4			27
18	3	3	3	3	2	4		3	2	4			25
19	4	3	3	3	3	4		2	4	3			27
20	3	3	2	2	3	2		2	1	3			29
21	3	3	2	2	2	3		3	2	4			21
22	3	3	3	2	3	3		3	3	4			24
23	3	4	2	3	2	1		3	3	3			27
24	3	3	2	3	3	2		2	2	3			24
25	4	3	4	4	4	3		4	2	3			23
26	3	4	4	3	3	3		3	4	3			31
27	3	4	4	3	3	3		3	4	3			30
28	4	3	3	2	2	1		2	3	4			26
29	4	3	3	2	2	1		4	3	3			25
30	3	4	3	3	3	2		3	4	3			28
31	3	4	2	3	4	3		2	1	3			25
32	3	3	3	3	2	3		4	2	2			25
33	2	3	4	3	3	3		3	4	4			29
34	2	4	4	4	3	4		3	3	4			29
35	3	4	3	2	2	2		3	4	3			31
36	3	4	3	2	2	4		4	3	4			26
37	2	3	3	3	2	3		2	3	2			29
38	2	3	2	3	3	2		3	3	3			23
39	2	4	4	2	3	4		2	3	2			24
40	2	4	4	2	3	4		2	3	2			26
41	4	3	4	4	3	4		2	3	3			30
42	4	4	3	3	2	3		3	4	4			30
43	4	4	3	3	3	3		3	4	3			30

Tabel Jawaban Responden
Kepuasan Nasabah (Y)

Nomor Resep.	Nomor Kuisisioner / Jawaban Responden												Skor Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	40	
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	36	
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	39	
4	3	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	29	
5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	44	
6	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	31	
7	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	41	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
9	2	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	2	32	
10	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	31	
11	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	35	
12	3	3	3	4	4	3	2	2	3	4	1	3	33	
13	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	37	
14	2	3	3	1	3	4	3	3	3	3	4	4	36	
15	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	37	
16	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	36	
17	3	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	3	3	
18	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	34	
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	30	
20	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	1	37	
21	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	37	
22	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37	
23	4	1	3	4	3	2	3	2	4	3	3	4	27	
24	3	2	2	2	4	2	3	1	3	3	2	1	32	
25	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	32	
26	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	34	
27	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	4	3	31	
28	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	2	1	30	
29	2	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	1	35	
30	1	4	3	3	3	2	1	3	3	2	3	4	3	30
31	3	4	3	3	2	1	3	3	2	3	4	3	30	
32	1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	34
33	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2	4	3	34	
34	2	3	2	3	2	3	4	1	3	3	3	3	35	
35	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	35	
36	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	2	33	
37	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	34	
38	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2
39	3	4	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	41	
40	3	2	2	2	4	1	3	2	1	2	3	3	41	
41	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	31	
42	4	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	3	31	
43	3	4	3	3	3	3	2	1	3	3	2	1	29	
Validitas	0,472	0,310	0,402	0,332	0,519	0,561	0,372	0,498	0,618	0,434	0,231	0,621		