

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah  
(Studi pada Bank BNI UKDW Cabang Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

Jenita Kristiani

11130051

**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2016**

# **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

**(Studi pada Bank BNI UKDW Cabang Yogyakarta)**

## **Proposal Skripsi**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

Jenita Kristiani

11130051

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA  
BANK BNI UKDW CABANG YOGYAKARTA)**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**JENITA KRISTIANI**

11130051

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi

pada tanggal 13 Januari 2017.

**Dosen Penguji :**

1. **Petra Surya Mega Wijaya SE,M.Si**

(Ketua Tim)

2. **Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si.**

Dosen Penguji

3. **Dra. Purwani Retno Andalas,MM**

Dosen Penguji

Yogyakarta, 16-01-2017

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

**Dr. Singgih Santoso, M.M**

Ketua Program Studi Manajemen

**Petra Surya Mega Wijaya SE,Msi**

Halaman Keaslian Skripsi

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA BANK BNI UKDW CABANG  
YOGYAKARTA)**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali yang bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.



Jenita Kristiani

11130051

Halaman Moto

*“Satu ons praktek lebih berharga daripada satu ton teori”*

*– Mahatma Gandhi –*

---

*I can do all things through Christ which strengtheneth me*

*Philippians 4:13*

*“Many people say that the intelligence that make the great scientists. They are mistaken .. it is the characters.”*

*– Albert Eisntein –*

---

## Halaman Persembahan

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang menjadi sumber pertolongan dan pemberi hikmat dalam hidup. Karena atas berkat, karunia, dan penyertaan-Nya segala macam kesulitan dan hambatan yang sempat dialami pada saat proses penyusunan skripsi ini dapat dilalui dan diatasi, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan tepat waktu.

Untuk kedua orang tua, di mata saya adalah sosok yang sangat penting dan paling berjasa dalam kehidupan. Segala macam upaya dilakukan agar tetap bisa memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu setinggi mungkin, termasuk segala fasilitas yang sudah diberikan kepada saya pada saat menyelesaikan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

Untuk semua teman – teman atau sahabat yang selama ini sudah sama – sama berjuang, memberi semangat dan motivasi yaitu Anisa Mega Ratri, Maria Prasetya Ningsih, Thania Firgya, Shierly, Anggun, Alexander Christian, Ivan Christian, Richard Adinata, Sagita Deo, Stephanie Maria, dan Cissi Falery.

## Kata Pengantar

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH" (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta ). Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih disampaikan dengan hormat kepada :

1. Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Petra Surya Mega Wijaya, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen.
3. Jonathan Herdioko, SE., MM selaku Wakil Dekan III Fakultas Bisnis yang selama ini sudah memberikan arahan dan bimbingan dalam segala bentuk proses dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan selama masa kuliah.
4. Ambar Kusuma Astuti, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan skripsi.
5. Bapak Edi Nugroho yang telah memberikan masukan dan arahan untuk mengolah data.
6. Segenap dosen dan civitas akademik Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak membantu dan membimbing saya dalam menuntut ilmu di UKDW.
7. Kedua Orang Tua Papa dan Mama yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa penyusunan skripsi.
8. Saudara penulis Eko Santosa dan William Marco yang selalu menjadi motivasi penulis selama masa penyusunan skripsi.
9. Untuk Pacar penulis Jo Phay Christian Yuda yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama masa penyusunan skripsi.

10. Teman – teman Koast Meuseum (Anggun, Shierly, Stephanie, Cissi Falery, Ivan Jonadie, Alexander C, Sagita Deo, Ricard Adinata) yang sudah selalu bersama hingga akhir penyelesaian masa penyusunan skripsi.
11. Untuk ibu Coach penulis Thania Firgya yang selalu memberikan support dan masukan selama masa skripsi.
12. Teman Kerja Praktek selama 2 bulan (Anisa Mega Ratri & Maria Prasetya Ningsih) yang selalu bersama dan berjasa membuat berat badan penulis bertambah.

Penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait dan dapat digunakan semestinya. Penulis meminta maaf apabila ada kekurangan dalam skripsi ini.

Yogyakarta, November 2016

Penulis

Jenita Kristiani

11130051

## Daftar Isi

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i         |
| HALAMAN PENGAJUAN.....               | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....             | iii       |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....     | iv        |
| HALAMAN MOTTO .....                  | v         |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....            | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                 | vii       |
| DAFTAR ISI.....                      | ix        |
| DAFTAR TABEL.....                    | xii       |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | xiii      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                 | xiv       |
| ABSTRAKS.....                        | xv        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>        | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang .....             | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....             | 6         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....           | 7         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....          | 7         |
| 1.5 Batasan Penelitian.....          | 8         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b> | <b>11</b> |
| 2.1 Pemasaran Jasa .....             | 11        |
| 2.1.1 Pengertian Jasa.....           | 12        |
| 2.1.2 Karakteristik Jasa.....        | 13        |
| 2.2 Kualitas Pelayanan.....          | 14        |
| 2.3 Kepuasan Nasabah.....            | 16        |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.4 Hubungan Kualitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah..... | 20        |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                             | 21        |
| 2.6 Kerangka Penelitian.....                              | 23        |
| 2.7 Hipotesis.....  | 23        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                     | <b>24</b> |
| 3.1 Lokasi Penelitian .....                               | 24        |
| 3.1.1 Populasi Dan Sampel Penelitian .....                | 24        |
| 3.1.2 Metode Pengumpulan Data .....                       | 25        |
| 3.1.3 Kuesioner .....                                     | 25        |
| 3.2 Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....            | 26        |
| 3.2.1 Uji Validitas .....                                 | 26        |
| 3.2.2 Uji Realibilitas.....                               | 27        |
| 3.3 Metode Analisis Data .....                            | 27        |
| 3.3.1 Metode Analisis Deskriptif .....                    | 27        |
| 3.3.2 Metode Analisis Regresi Berganda.....               | 28        |
| 3.3.2.1 Uji t .....                                       | 29        |
| 3.3.2.2 Uji F (Uji simultan).....                         | 29        |
| 3.3.2.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....      | 30        |
| 3.4 Definisi Operasional.....                             | 30        |
| 3.5 Pengukuran Definis Operasional.....                   | 32        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>           | <b>34</b> |
| 4.1 Uji Validitas Dan Realibilitas .....                  | 35        |
| 4.2 Deskripsi Responden .....                             | 37        |
| 4.2.1 Jenis Kelamin .....                                 | 37        |
| 4.2.2 Usia.....   | 37        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.2.3 Pendidikan.....                       | 38        |
| 4.2.4 Pekerjaan.....                        | 39        |
| 4.2.5 Pendapatan.....                       | 39        |
| 4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....   | 40        |
| 4.4 Uji Signifikasi (Uji F).....            | 42        |
| 4.5 Uji t.....                              | 44        |
| 4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....    | 46        |
| 4.7 Pembahasan Hasil.....                   | 47        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>        | <b>49</b> |
| 5.1 Simpulan.....                           | 49        |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian.....            | 51        |
| 5.3 Saran.....                              | 51        |
| 5.3.1 Saran Untuk BNI UKDW.....             | 51        |
| 5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya..... | 52        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                  | <b>53</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                             |           |

## Daftar Tabel

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas.....               | 35 |
| Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....            | 37 |
| Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin ..... | 37 |
| Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Usia.....           | 37 |
| Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Pendidikan .....    | 38 |
| Tabel 4.6 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....      | 39 |
| Tabel 4.7 Jumlah Responden Menurut Pendapatan.....     | 39 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....  | 40 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji F.....                             | 42 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji t.....                            | 43 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....        | 46 |

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teotitis.....23

©UKDW

## Daftar Lampiran

|   |    |
|---|----|
| Lampiran Kuesioner .....                              | 55 |
| Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda.....        | 59 |
| Lampiran Uji F.....                                   | 59 |
| Lampiran Uji t.....                                   | 59 |
| Lampiran Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )..... | 59 |
| Lampiran Uji Reliabilitas.....                        | 59 |
| Surat Ijin Penelitian.....                            | 60 |

©UKDW

## Abstrak

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, seperti bank, pemberian pelayanan yang berkualitas pada nasabah merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan para nasabah BNI UKDW. Populasi pada penelitian ini adalah para nasabah bank BNI UKDW Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel kepuasan nasabah, X1 variabel tangible, X2 variabel reliability, X3 variabel responsiveness, X4 variabel assurance, dan X5 variabel empathy.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel tangible dan assurance yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel responsiveness, empathy dan reliability berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,550 menunjukkan bahwa 55% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Sedangkan 45% kepuasan nasabah dijelaskan dari variabel lain selain kelima variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, Kepuasan Nasabah

## ABSTRACT

*Every company would like to achieve a success. To achieve this, companies need a strategy to face competition that increasingly stringent. One thing to note the company that want to achieve its success is the quality of service. For companies engaged in the service sector, such as banks, providing a quality service to customers is an absolute thing to do if the company wants to achieve success.*

*This research aims to analyze the factors that may affect the level of customer satisfaction in BNI UKDW. The population in this research were customer of BNI UKDW. Sample were 100 persons and the method used is purposive sampling. The data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y is customer satisfaction variable, X1 is tangible variable, X2 is reliability variable, X3 is responsiveness variable, X4 is assurance variable, and X5 is empathy variable.*

*Hypothesis testing by t-test showed that only tangible and assurance variables that influence of positive and significant impact on customer satisfaction. While the responsiveness, empathy and reliability variable influence of positive on customer satisfaction but not significant. Adjusted R<sup>2</sup> of 0,550 indicates that 55% customer satisfaction can be explained by tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables. While the rest 45% can be explained by other variables outside of five variables used in this research.*

*Key words : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.*

## Abstrak

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, seperti bank, pemberian pelayanan yang berkualitas pada nasabah merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan para nasabah BNI UKDW. Populasi pada penelitian ini adalah para nasabah bank BNI UKDW Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel kepuasan nasabah, X1 variabel tangible, X2 variabel reliability, X3 variabel responsiveness, X4 variabel assurance, dan X5 variabel empathy.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel tangible dan assurance yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel responsiveness, empathy dan reliability berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,550 menunjukkan bahwa 55% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Sedangkan 45% kepuasan nasabah dijelaskan dari variabel lain selain kelima variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, Kepuasan Nasabah

## ABSTRACT

*Every company would like to achieve a success. To achieve this, companies need a strategy to face competition that increasingly stringent. One thing to note the company that want to achieve its success is the quality of service. For companies engaged in the service sector, such as banks, providing a quality service to customers is an absolute thing to do if the company wants to achieve success.*

*This research aims to analyze the factors that may affect the level of customer satisfaction in BNI UKDW. The population in this research were customer of BNI UKDW. Sample were 100 persons and the method used is purposive sampling. The data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y is customer satisfaction variable, X1 is tangible variable, X2 is reliability variable, X3 is responsiveness variable, X4 is assurance variable, and X5 is empathy variable.*

*Hypothesis testing by t-test showed that only tangible and assurance variables that influence of positive and significant impact on customer satisfaction. While the responsiveness, empathy and reliability variable influence of positive on customer satisfaction but not significant. Adjusted R<sup>2</sup> of 0,550 indicates that 55% customer satisfaction can be explained by tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables. While the rest 45% can be explained by other variables outside of five variables used in this research.*

*Key words : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assuance, Empathy, Customer Satisfaction.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001). Sektor Perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi, dan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Tersedianya kemudahan yang diperoleh dari media informasi membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat nasabah (*customer*) semakin banyak pilihan terhadap jenis bank yang akan di gunakan untuk bertransaksi.

Menurut Thio (2001), dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai

merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen.

Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*win-win situation*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha Kotler (1997) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus di kelola dengan prinsip ke hati-hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang di butuhkan oleh masyarakat. Karena yang dibutuhkan oleh masyarakat (nasabah) adalah kepuasan dalam hal pelayanan oleh pihak bank. Konsumen akan sulit di puaskan karena telah terjadi pergeseran, yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

Fenomena ini terjadi hampir di seluruh bank, dimana nasabah juga menginginkan adanya peningkatan pelayanan maksimal secara terus menerus, ketika menggunakan jasa yang ada di bank. Namun kenyataannya terkadang masih jauh dari apa yang menjadi harapan, atau keinginan dari nasabah itu sendiri, dengan melihat berbagai hal mengenai keinginan kepuasan nasabah yang semakin tidak terbatas. Menurut Kotler, kepuasan nasabah (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para nasabahnya

Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta yang bergerak dalam bidang bisnis jasa perbankan memiliki visi “Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul Dalam Layanan dan Kinerja”. Sedangkan misinya adalah “Memberikan Layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama , Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor, Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi , Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan komunitas dan Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.” Dengan adanya visi dan misi tersebut sudah tentu Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta selalu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan sehingga kualitas pelayanan terhadap nasabah menjadi faktor utama keberhasilan bisnis perbankan ini.

Semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta sangat memprioritaskan kualitas produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler, 1997).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul :  
”ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH” (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta )

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka yang jadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta berupa wujud fisik (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta berupa kehandalan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta berupa daya tanggap (*responsiveness*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta berupa jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?
5. Apakah kualitas pelayanan Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta berupa kepedulian (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan yang diteliti

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagaimana memenuhi kepuasan nasabah.

2. Bagi masyarakat

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat.

3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan terapan disamping pengetahuan teoritis yang didapat selama kuliah. Selain itu sebagai salah satu syarat yang harus terpenuhi untuk memperoleh derajat kesarjanaan S1 pada fakultas bisnis UKDW.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan kepada nasabah yang memiliki rekening di Bank BNI Cabang UKDW (Universitas Kristen Duta Wacana) Yogyakarta.
2. Tempat penelitian dilakukan dikota Yogyakarta.
3. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a) Profil konsumen terdiri dari :
    1. Jenis kelamin
    2. Usia Responden
    3. Pendidikan
    4. Pendapatan
    5. Pekerjaan
  - b) Atribut-atribut yang diteliti berdasarkan pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah :
    1. Kualitas Pelayanan : Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak

kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

- *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

- *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

- *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2. Kepuasan Nasabah : Kotler dan Armstrong (1999) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk / jasa sesuai dengan harapan pembeli.

©UKDW

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan kualitas pelayanan berupa Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap kepuasan nasabah pada BNI UKDW, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

A. Dari data profil responden, pengolahan data dilakukan dengan 100 responden. Berdasarkan Jenis Kelamin yang paling dominan adalah responden wanita sebanyak 75 orang dengan presentase 75%. Sebagian besar responden berusia 20-30 tahun sebanyak 51 orang dengan presentase 51%. Responden sebagian besar berpendidikan S1 dengan jumlah 51 orang dengan presentase 51%. Profesi yang dilakukan responden sebagian besar pelajar/mahasiswa sebanyak 75 orang dengan presentase 75%. Dengan tingkat pendapatan terbanyak adalah Rp.1.000.000-Rp.4.000.000 sebanyak 58% atau 58 orang.

B. Berdasarkan pada hasil analisis linear berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,342 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,777 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian Hipotesis 1

yang menyatakan bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat diterima.

2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,083 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,060 dengan tingkat signifikansi 0,292 ( $> 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa kehandalan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) tidak dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,140 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,607 dengan tingkat signifikansi 0,111 ( $> 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa daya tanggap (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) tidak dapat diterima.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,248 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,126 dengan tingkat signifikansi 0,002 ( $< 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa jaminan (X4) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat diterima.

5. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepedulian (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,104 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,267 dengan tingkat signifikansi 0,208 ( $> 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa kepedulian (X5) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa kepedulian (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) tidak dapat diterima.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam Penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan atau kekurangan yang dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan tersebut yaitu:

1. Sampel Penelitian ini hanya mahasiswa UKDW sehingga hasil dari kuesioner kurang akurat.
2. Dalam penelitian ini untuk variabel Reliability, Responsiveness dan Empathy tidak signifikan dikarenakan responden dari penelitian ini lebih banyak mahasiswa sehingga hasil dari kuesioner kurang akurat.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi BNI UKDW dan bagi peneliti selanjutnya.

Adapun saran dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

### **5.3.1 Saran untuk BNI UKDW**

1. Dalam kaitan dengan variabel Jaminan (*assurance*) dan bukti fisik (*tangible*), bank BNI UKDW perlu meningkatkan lagi jaminan dan bukti fisik yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan

nasabah. Jaminan dan bukti fisik yang diberikan oleh bank BNI UKDW sudah sangat baik namun perlu ditingkatkan dan dipertahankan lagi supaya nasabah dapat semakin puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank BNI UKDW.

2. Sedangkan untuk variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan kepedulian (*empathy*) dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga ketiga variabel tersebut sebaiknya diperbaiki sistem kerjanya dan dievaluasi terlebih dahulu sehingga diketahui apa yang menjadi permasalahan dalam setiap variabel yang ada.

### **5.3.3 Saran untuk peneliti selanjutnya**

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya wilayah dan sampel penelitiannya diperluas tidak hanya di wilayah Yogyakarta saja, supaya hasil penelitiannya bisa lebih akurat.

2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan nasabah, misalnya efisiensi dan efektivitas pelayanan agar bisa lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1996), *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Asep M.Ramdan. 2008 Oktober 22. "Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasan Konsumen".
- Agung Dodik. 2004. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Enam Jilid 1. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi. dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Ghozali, I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Ghozali, I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Hasan. 2006. "Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 April 2006,h. 1 – 14
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga, Surabaya: Universitas Widya Mandala Surabaya.
- Leksono Tri Bagus. 2009. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang Utama Semarang".

Martianawati. 2009. “Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas SPBU “Pasti Pas”. Skripsi (tidak diterbitkan)

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA.

Sugiyono. 1997. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: ALFABETA.

©UKDW