

**ANALISIS PENGARUH *RELIABILITY, RESPONSIVENESS,*
ASSURANCE, EMPATHY DAN *TANGIBLE* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SLAWI AYU
(Studi Kasus Pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal
Periode 2008 – 2011)**



SKRIPSI

**Karya Tulis sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

Disusun oleh:

ALIENA YULISTYA SAELAHI

1M.08.1277

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
BANK BPD JATENG
SEMARANG
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE, *EMPATHY* DAN *TANGIBLES* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH TABUNGAN SLAWI AYU
(Studi Kasus Pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal
Periode 2008 – 2011)**

Disusun oleh:

ALIENA YULISTYA SAELAHI

NIM: 1M.08.1277

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi

STIE Bank BPD Jateng

Semarang, November 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Djoko Santosa, SE,MM.

NIDN :0614045201

Drs. Hery Prasetya, MM.

NIDN : 0627026701

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* DAN *TANGIBLES* TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SLAWI AYU
(Studi Kasus Pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal
Periode 2008 – 2011)**

Disusun oleh:

ALIENA YULISTYA SAELAHI

NIM: 1M.08.1277

**Dinyatakan diterima dan disetujui oleh Tim Penguji Skripsi STIE Bank BPD
Jateng pada tanggal**

TIM PENGUJI

TANDA TANGAN

- | | |
|--|-------|
| 1. <u>Rudi Suryo Kristanto, S.Psi, M.Si</u>
NIDN 0615126702 | |
| 2. <u>Pandji Anoraga, SE. MM</u>
NIDN 0615096701 | |
| 3. <u>Djoko Santosa, SE. MM</u>
NIDN 0614045201 | |

Mengesahkan,

Ketua STIE Bank BPD Jateng

Dr. H.Djoko Sudantoko, S.Sos, MM

NIDN.0607084501

ABSTRAK

Hal utama yang harus diprioritaskan pada jasa perbankan adalah mengutamakan kepuasan nasabah. Sehingga nasabah akan merasa percaya menggunakan jasa yang diberikan bank. Berdasarkan hasil analisis peneliti, jumlah nasabah Tabungan Slawi Ayu mengalami penurunan dari tahun 2008 sampai dengan 2011. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal. Jumlah sampel yang diambil 98 responden, menggunakan purposive sampling untuk menentukannya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji f. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* (0,151), *responsiveness* (0,253), *assurance* (0,250), *empathy* (0,220), dan *tangibles* (0,184) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 61,2%.

Kata kunci : *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*, kepuasan nasabah.

ABSTRACT

The point that should be prioritized on banking services is customer satisfaction. This is make customers trust to use services that provided by bank. Based on writers analysis, amount of Slawi Ayu Savings has decreased from 2008 to 2011. The purpose of this research is to investigate the influence of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles against customer satisfaction PD BPR Bank Tegal Gotong Royong. amount of samples that are used as many as 98 respondent using purposive sampling to determine it. The analysis technique used is descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, and f test. From the result of research it can be concluded that reliability (0,151), responsiveness (0,253), assurance (0,250), empathy (0,220), and tangibles (0,184) have a positive and significant impact on customer satisfaction. With value of Adjusted R² is 61,2%.

Key words : responsiveness, assurance, empathy, tangibles, customer satisfaction.

MOTTO

“Jangan terlalu tergantung dengan orang lain, suatu saat kita akan menyadari bahwa kita hanya bisa bergantung pada Tuhan dan diri sendiri”

“Kebaikan hari ini berasal dari kebaikan masa lalu”

“Tuhan tak pernah mengecewakan kita. Kita mungkin tak selalu dapatkan apa yang kita inginkan, tapi Tuhan selalu berikan apa yang kita butuhkan”

“You try. You fail. You try. You fail. But the only true failure is when you stop trying. (Madame Leota – Haunted Mansion)”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan yang sangat luar biasa.
2. Bapak yang dengan bijaksana memberikan seluruh cinta dan segalanya untukku. Mama yang cantik dan anggun memberikan kasih sayang yang sangat luar biasa. Kakakku Guruh Saelahi yang dengan sabar dan bijaksana melindungi serta menjagaku. Terima kasih untuk seluruh cinta yang kalian berikan kepadaku, kalian segalanya buatku.
3. Keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan.
4. Ivan Fauzul Banun, terima kasih untuk semua cinta, semangat, perhatian dan pembelajaran yang diberikan padaku.
5. Retno Fomita Sari dan Finda Wiji Lestari, Rr Pramita, Agnes Kartika terima kasih untuk perhatian dan semangatnya.
6. Sahabat-sahabatku yang selalu mengisi dan memberi warna dalam hidupku. Jika tua nanti kita kan hidup masing-masing, ingatlah hari ini.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, berkah, dan hidayahNya kepada penelitian, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY, DAN TANGIBLES* TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SLAWI AYU (STUDI KASUS PD BPR BANK TEGAL GOTONG ROYONG KABUPATEN TEGAL PERIODE 2008-2011)”**.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang.

Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materiil. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. H. Djoko Sudantoko, S.Sos. MM. selaku Ketua STIE Bank BPD Jateng Semarang.
2. Bapak Drs. Hery Prasetya, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Bank BPD Jateng Semarang & dosen pembimbing II, terima kasih telah memberikan bantuan, arahan, bimbingan, saran, dan waktunya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Djoko Santosa, SE, MM. selaku dosen pembimbing I, terima kasih untuk waktu yang telah diluangkan untuk peneliti disela-sela kesibukan yang sangat padat. Terima kasih atas kesabaran dan membimbing, memberikan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti, serta senantiasa memberikan bantuan dan saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dwi Suryanto Hidayat, SE, MM, selaku dosen wali, terima kasih telah memberikan bantuan, arahan dan bimbingan dari semester awal sampai akhir.
5. Seluruh dosen manajemen dan akuntansi, terima kasih telah memberikan berbagai ilmu bermanfaat baik formal dan informal kepada peneliti.
6. Seluruh staf STIE Bank BPD Jateng, terima kasih atas bantuannya.
7. Seluruh jajaran staf PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal. Terima kasih atas seluruh bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semuanya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena kurangnya pengalaman dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, dengan terbuka peneliti menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun.

Semarang, November 2012

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI BAHASA INDONESIA	iv
ABSTRAKSI BAHASA INGGRIS.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	9
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2. Manfaat Praktis	12
1.6 Kerangka Penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Pengertian dan Fungsi Bank	15
2.2 Jenis Bank	16
2.3 Tabungan	18
2.3.1. Sarana Penarikan	19
2.4 Pemasaran Bank	20
2.5 Tujuan Pemasaran Bank	21
2.6 Jasa Bank	21
2.7 Kualitas Jasa	24
2.8 Manfaat <i>Service Quality</i>	25
2.9 Kepuasan Nasabah	26
2.9.1 Manfaat Kepuasan Nasabah	27
2.10 SERVQUAL (<i>Service Quality</i>)	27
2.11 Pengembangan Hipotesis	33
2.12 Penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan	34
2.13 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Definisi Konsep	40
3.1.1 Kepuasan Nasabah	40
3.1.2 <i>Reliability</i>	40
3.1.3 <i>Responsiveness</i>	40

3.1.4 Assurance.....	40
3.1.5 Empathy	41
3.1.6 Tangibles	41
3.2 Definisi Operasional.....	41
3.2.1 Kepuasan Nasabah.....	41
3.2.2 Reliability	42
3.2.3 Responsiveness	42
3.2.4 Assurance.....	43
3.2.5 Empathy	44
3.2.6 Tangibles	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Data Primer.....	46
3.4.2 Data Sekunder.....	47
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	47
3.5.3 Uji Data.....	48
3.5.3.1 Uji Validitas.....	48

3.5.3.2 Uji Reliabilitas	49
3.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	49
3.5.5 Uji t.....	50
3.5.6 Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.1.1 Sejarah Berdirinya PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.....	54
4.1.2 Visi dan Misi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.....	54
4.2 Fungsi Pokok, Wewenang, Tanggung Jawab dan Tugas	55
4.2.1 Dewan Pengawas	55
4.2.2 Direksi	55
4.2.3 Staf Ahli	56
4.2.4 SPI	56
4.2.5 Bidang Umum	56
4.2.6 Bidang Pemasaran.....	57
4.3 Gambaran Singkat Mengenai Responden	57
4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	58
4.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan	60

4.3.6 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital.....	61
4.3.7 Identitas Berdasarkan Lama Responden Menjadi Nasabah Tabungan Slawi Ayu	61
4.3.8 Identitas Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal Dengan Bank	62
4.3.9 Identitas Responden Berdasarkan Transportasi	62
4.3.10 Identitas Responden Berdasarkan Motif Menabung	63
4.3.11 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	63
4.3.11 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Per Bulan	64
4.3.12 Rangkuman Profil Responden.....	65
4.4 Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	65
4.4.1 Hasil <i>crosstab</i> antara Usia dengan Pekerjaan	65
4.4.2 Hasil <i>crosstab</i> antara Usiadengan Pendidikan	66
4.4.3 Hasil <i>crosstab</i> antara Pekerjaan dengan Penghasilan	66
4.4.4 Hasil <i>crosstab</i> antaraPekerjaan dengan Lama Menjadi Nasabah	67
4.4.5 Hasil <i>crosstab</i> antara Pekerjaan dengan Jumlah Transaksi tiap Bulan	68
4.4.6 Hasil <i>crosstab</i> antara Status dengan Motif Menabung.....	69
4.4.7 Hasil <i>crosstab</i> antara Jarak dengan Transportasi	69
4.5 Distribusi Jawaban Responden.....	70

4.5.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i>	70
4.5.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i>	71
4.5.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Assurance</i>	74
4.5.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Empathy</i>	76
4.5.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Tangibles</i>	78
4.5.6	Tanggapan Respondden Terhadap Kepuasan Nasabah.....	80
4.6	Uji Validitas	82
4.6.1	Uji Validitas <i>Reliability</i>	82
4.6.2	Uji Validitas <i>Responsiveness</i>	83
4.6.3	Uji Validitas <i>Assurance</i>	83
4.6.4	Uji Validitas <i>Empathy</i>	84
4.6.5	Uji Validitas <i>Tangibles</i>	85
4.6.6	Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	85
4.7	Uji Reliabilitas.....	86
4.8	Analisis Linear Berganda	87
4.9	Pengujian Hipotesis	89
4.9.1	Uji t	89
4.9.1.1	Uji t Variabel <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	89
4.9.1.2	Uji t Variabel <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Nasabah	90
4.9.1.3	Uji t Variabel <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	91
4.9.1.4	Uji t Variabel <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Nasabah	92

4.9.1.5 Uji t Variabel <i>Tangibles</i> terhadap Kepuasan Nasabah	93
4.10 Uji Kelaikan Model	94
4.10.1 Uji F	94
4.10.2 Koefisien Determinasi	96
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Keterbatasan	98
5.3 Saran	98
5.3.1 Saran Untuk Obyek Penelitian	98
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	99
5.4 Implikasi Manajerial	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat	2
Tabel 1.2 Perkembangan jumlah rekening nasabah tabungan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal	7
Tabel 1.3 Perkembangan jumlah rekening nasabah Tabungan Slawi Ayu PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.....	8
Tabel 2.1 Manfaat Kualitas Jasa	26
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya	37
Tabel 4.3.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.3.2 Usia Responden.....	58
Tabel 4.3.3 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.3.4 Pendidikan Responden.....	60
Tabel 4.3.5 Penghasilan Responden.....	60
Tabel 4.3.6 Status Marital Responden	61
Tabel 4.3.7 Lama Menjadi Nasabah	61
Tabel 4.3.8 Jarak tempat tinggal dengan Bank	62
Tabel 4.3.9 Transportasi.....	62
Tabel 4.3.10 Motif Menabung	63
Tabel 4.3.11 Jumlah Transaksi.....	63
Tabel 4.3.12 Profil Responden Nasabah Tabungan Slawi Ayu.....	64

Tabel 4.4.1 Hasil <i>crosstab</i> antara Usia dengan Pekerjaan	65
Tabel 4.4.2 Hasil <i>crosstab</i> antara Usia dengan Pendidikan	66
Tabel 4.4.3 Hasil <i>crosstab</i> antara Pekerjaan dengan Penghasilan	66
Tabel 4.4.4 Hasil <i>crosstab</i> antara Pekerjaan dengan Lama Menjadi Nasabah	67
Tabel 4.4.5 Hasil <i>crosstab</i> antara Pekerjaan dengan Jumlah Transaksi Tiap Bulan..	68
Tabel 4.4.6 Hasil <i>crosstab</i> antara Status Marital dengan Motif Menabung.....	69
Tabel 4.4.7 Hasil <i>crosstab</i> antara Jarak dengan Transportasi.....	69
Tabel 4.5.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i>	70
Tabel 4.5.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i>	72
Tabel 4.5.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Assurance</i>	74
Tabel 4.5.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Empathy</i>	76
Tabel 4.5.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tangibles</i>	78
Tabel 4.5.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah	80
Tabel 4.6.1 Hasil Uji Validitas <i>Reliability</i>	82
Tabel 4.6.2 Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i>	83
Tabel 4.6.3 Hasil Uji Validitas <i>Assurance</i>	84
Tabel 4.6.4 Hasil Uji Validitas <i>Empathy</i>	84
Tabel 4.6.5 Hasil Uji Validitas <i>Tangibles</i>	85
Tabel 4.6.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	87

Tabel 4.9.2 Hasil Uji F	95
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	96

STIE BPD Jateng

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Uji T Variabel <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	90
Gambar 4.2 Uji T Variabel <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Nasabah	91
Gambar 4.3 Uji T Variabel <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	92
Gambar 4.4 Uji T Variabel <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	93
Gambar 4.5 Uji T Variabel <i>Tangibles</i> terhadap Kepuasan Nasabah	94
Gambar 4.6 Uji F Pengaruh <i>Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles</i> terhadap Kepuasan Nasabah	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Output spss
Lampiran 3	Output <i>crosstab</i>
Lampiran4	Daftar Identitas Nasabah
Lampiran 5	Tabel Induk
Lampiran 6	Surat Pernyataan Peneliti
Lampiran 7	Curriculum Vitae
Lampiran 8	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 9	Kartu bimbingan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya (Kasmir, 2002:1). Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU Nomer 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Totok & Sigit (2006:9) fungsi utama bank adalah sebagai *agent of trust*, *agent of development* dan *agent of service*. Fungsi bank sebagai *agent of trust* adalah karena bank adalah penghimpun dana maupun penyalur dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, tidak akan bangkrut dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik dari bank. Fungsi bank sebagai *agent of development* artinya kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Sektor riil tidak akan dapat bekerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Fungsi bank yang ketiga adalah *agent of service*, yaitu jasa yang ditawarkan erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum.

Menurut Undang-undang No.7 Tahun 1992 yang disempurnakan dengan Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang ditegaskan bahwa bank terdiri 2 (dua) jenis, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Umum didefinisikan sebagai bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatannya

memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Kasmir, 2003:21).

Berdasarkan UU Nomor 7 Tahun 1992 yang telah disempurnakan dengan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, ada beberapa kegiatan yang dapat dilakukan oleh Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat, yaitu :

Tabel 1.1

Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat

Bank Umum	BPR
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, tabungan, sertifikat deposito berjangka, tabungan, sertifikat deposito dan bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. 2. Memberikan kredit. 3. Menerbitkan surat pengakuan hutang. 4. Membeli, menjual, atau menjamin atas resiko sendiri berupa untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya. 5. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah (transfer). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. 2. Memberikan kredit. 3. Menempatkan dananya dalam bentuk Suku Bunga Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat, deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Sumber : UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU Nomer 7 Tahun 1992 tentang perbankan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan BPR lebih sempit dibandingkan Bank Umum. Demikian pula dalam hal pengembangan jaringan kantor dan wilayah usaha.

Permintaan masyarakat terhadap kebutuhan jasa pada masa sekarang mengalami peningkatan yang sangat pesat. Bidang usaha disektor jasa mulai dibangun dan dikembangkan oleh para pengusaha, baik dibidang usaha jasa pendukung produk yang dijualnya maupun bidang usaha yang menjual jasa murni. Pengertian jasa menurut Kotler (2005:154) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dicium, didengar, dan dirasakan seperti halnya produk.

Hal utama yang harus diprioritaskan oleh usaha jasa perbankan adalah mengutamakan kepuasan nasabah. Pada akhirnya nasabah akan merasa percaya menggunakan jasa yang diberikan bank memenuhi kebutuhannya. Bank hendaknya berusaha untuk memberikan pelayanan dengan baik, agar nasabah merasa puas dan loyal terhadap bank. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas jasa, maka nasabah akan semakin puas.

Didalam pemasaran bank, kualitas bank yang baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan para nasabah. Maka kualitas pelayanan bank harus benar-benar dikelola secara profesional. Apalagi, ditengah ketatnya persaingan di industri perbankan, pelayanan prima menjadi andalan untuk memuaskan nasabah.

Kualitas jasa diartikan sebagai suatu kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance requirements*). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan persepektif ini cenderung bersifat *operation-driven*. Rancangan semacam ini menekankan penyesuaian spesifikasi produksi dan operasi yang disusun secara internal, yang sering dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan produktivitas dan menekan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-

standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk atau jasa (Fandy Tjiptono & Chandra, 2005:114).

Kualitas merupakan ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk/jasa, yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian (Fandy Tjiptono & Chandra, 2005:110). Kualitas jasa mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas jasa memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan akan mampu memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan karena pada umumnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas secara memuaskan (Fandy Tjiptono & Chandra, 2002:55).

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu dengan menerapkan sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, analisis pelanggan yang hilang/berhenti, survei kepuasan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005:210-211).

Kualitas pelayanan yang prima merupakan sesuatu yang *must have*, tetapi tidak serta merta dapat menjadikan nasabah *committed* terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan (Infobank, jan 2012:23). Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988 (Fandy Tjiptono & Chandra, 2002:189), terdapat 5 faktor utama yang menentukan kualitas jasa yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Untuk menerapkan faktor kualitas tersebut ke dalam organisasi jasa dibutuhkan definisi yang spesifik dan *behavioral* (Fandy Tjiptono & Chandra, 2002:191). Apabila kualitas jasa yang diberikan kepada nasabah telah diberikan dengan baik dan profesional maka nasabah akan merasa puas. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* untuk mengukur kepuasan nasabah tabungan.

Menurut (Kotler, 2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon efektif, dan juga penilaian bahwa fitur produk/jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment* (Fandy Tjiptono & Chandra,2005:196).

Reliability yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggannya (Kashmir, 2004:68). Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya. Philip Kotler (2005:123) mendefinisikan *reliability* sebagai kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

Responsiveness merupakan suatu kemauan untuk memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Kashmir (2004:67) berpendapat bahwa *responsiveness* yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

Assurance merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Rambat Lupiyoadi,2006:182). Menurut Kashmir (2004:67) *assurance* merupakan jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang karyawan lakukan benar dan tepat sasaran.

Empathy merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah (Rambat Lupiyoadi,2006:182), Menurut Enny R

dalam (Infobank, Mei 2005:27) *empathy* didefinisikan sebagai perhatian bank kepada nasabah secara lebih *intens* dan bersifat lebih pribadi. Bank harus mampu memberikan *empathy* kepada nasabah agar nasabah merasa senang dan merasa diperhatikan.

Tangibles merupakan kemampuan suatu bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Bukti fisik atau *tangibles* yang merupakan dimensi fisik yang dapat dilihat langsung oleh nasabah juga perlu mendapatkan perhatian dari bank. Misalnya penampilan gedung dan karyawan yang baik serta fasilitas yang memadai dapat membuat nasabah merasa nyaman dan senang untuk melakukan transaksi di bank.

Penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) dan menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) secara bersama-sama dan secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Gorontalo. Penelitian oleh Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004), dan hasilnya sama-sama signifikan dimana variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Juzan Tri Hartanto (2010) Kualitas jasa yang terdiri dari *Tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel *Tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

PD Bank Pasar berdiri pada tanggal 13 Maret 1995 berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 13 Tahun 2009, PD Bank Pasar berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Tegal Gotong Royong (PD BPR Bank TGR). Perubahan tersebut dalam rangka melaksanakan ketentuan dalam UU No. 7 Tahun 1992 yang disempurnakan dengan UU No. 10 Tahun

1998 tentang perbankan yang pelaksanaannya diatur melalui Peraturan Bank Indonesia.

PD BPR Bank Tegal Gotong Royong berkedudukan di Ibu Kota Kabupaten, berlokasi di Jl A.Yani no. 11 Kabupaten Tegal. Dalam rangka memberikan pelayanan kepada para nasabah, maka telah dibuka kantor unit pelayanan kas untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. PD BPR Bank Tegal Gotong Royong menerapkan strategi jemput bola, artinya pegawai bank dapat mendatangi tempat tinggal nasabah yang membutuhkan transaksi.

PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal memiliki 5.007 nasabah tabungan per Desember 2011 yang telah menggunakan jasa keuangannya. Tidak mungkin menghindari dari realita persaingan industri jasa perbankan yang semakin meningkat dalam menarik nasabah. Produk tabungan yang ada di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal ada 3 yaitu Tabunganku yang merupakan program pemerintah yang dilaksanakan pada tahun 2010, tabungan Slawi Ayu, dan tabungan Wajib.

Tabel 1.2
Perkembangan jumlah rekening nasabah tabungan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selama 4 tahun

Tahun	Jenis Tabungan						Jumlah	
	Tabunganku		TSA		Tabungan Wajib			
	Nasabah	%	Nasabah	%	Nasabah	%	Nasabah	%
2008	-	-	5.450	93,45%	382	6,55%	5.832	100%
2009	-	-	5.172	93,17%	379	6,83%	5.551	100%
2010	42	0,75 %	4.727	85,06%	788	14,18%	5.557	100%
2011	52	1,04%	3.732	74,53%	1.223	24,43%	5.007	100%

Sumber : Laporan Tahunan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten

Tegal Tahun 2008 sampai 2011

Dari ketiga produk tabungan yang PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal, tabungan Slawi Ayu adalah produk unggulan di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dan jumlah nasabahnya dominan dibandingkan dengan nasabah tabungan wajib dan tabunganku. Jumlah rekening per Desember 2011 Tabunganku 52 (1,04%), Tabungan Slawi Ayu 3.732 (74,53%), dan Tabungan Wajib 1.223 (24,43%) rekening. Dari jumlah tersebut, peneliti tertarik untuk memilih Tabungan Slawi Ayu sebagai sampel obyek penelitian.

Tabel 1.3

Perkembangan jumlah rekening Tabungan Slawi Ayu PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal

Tahun	Nasabah	Saldo	Saldo Rata-rata per Nasabah	Perkembangan		
				Nasabah	Saldo	Saldo rata-rata
2008	5.450	5.660.211.445	1.038.570,907	28,56%	26,34%	22,43%
2009	5.172	4.824.894.767	932.887,6193	(27,11%)	(22,45%)	(20,14%)
2010	4.727	5.100.100.520	1.078.929,664	(24,77%)	23,74%	23,30%
2011	3.732	5.899.358.243	1.580.749,797	(19,56%)	24,45%	34,13%

Sumber : Laporan Tahunan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal Tahun 2008 sampai 2011.

Dari Laporan Tahunan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal 4 tahun terakhir, jumlah nasabah Tabungan Slawi Ayu mengalami penurunan jumlah rekening yang banyak dari tahun 2008 (28,56%) sampai dengan tahun 2011 (19,56%). Sedangkan volume saldo Tabungan Slawi Ayu dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 mengalami penurunan volume saldo dari 26,34% hingga 22,45%, tetapi pada tahun 2009 ke 2010 saldo meningkat dari 22,45% menjadi 23,74% . Pada 2011 meningkat kembali menjadi 24,45%. Perkembangan saldo rata-rata nasabah pertahunnya mengalami peningkatan yang

baik, dari tahun 2008 sebesar 22,43% kemudian menurun 20,14% dan meningkat kembali 23,30% pada tahun 2010, dan tahun 2011 sebesar 34,13%.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, tidak ada permasalahan pada saldo dan saldo rata-rata selama 4 tahun. Permasalahannya pada jumlah nasabah Tabungan Slawi Ayu adalah penurunan jumlah nasabah selama tahun 2008 sampai dengan 2011. Menurunnya jumlah nasabah disebabkan adanya penataan administrasi dengan menutup rekening dengan bagi dibawah Rp. 5000,00,- sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan. Nasabah yang tidak melakukan transaksi hingga rekeningnya ditutup oleh bank, diduga karena nasabah kurang puas dengan pelayanan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selama menjadi nasabah Tabungan Slawi Ayu. Hal ini dapat menjadi acuan bagaimana mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah dimasa mendatang dan memberikan kepuasan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis ingin meneliti tentang kualitas pelayanan (kualitas jasa) dengan judul **“Analisis Pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Slawi Ayu (Studi Kasus pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal Periode 2008 - 2011) ”**.

1.2 Pembatasan masalah

Pembatasan masalah merupakan upaya untuk mempersempit bahasan agar lebih terarah sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2004:33).

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel dalam penelitian ini meliputi dimensi kualitas pelayanan yaitu variabel independen yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*.
2. Variabel dependen yaitu kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu.
3. Obyek dalam penelitian ini adalah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.
4. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

5. Periode penelitian tahun 2008 sampai dengan 2011.
6. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2012.

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah adalah rumusan fenomena yang akan dijawab dalam penelitian menunjukkan gambaran yang akan dicapai dan arah analisis yang akan dilakukan dalam penulisan karya tulis ilmiah (Subiyanto, 2000:34).

Dari Laporan Tahunan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal 4 tahun terakhir, jumlah nasabah Tabungan Slawi Ayu mengalami penurunan jumlah rekening yang banyak dari tahun 2008 (28,56%) sampai dengan tahun 2011 (19,56%). Sedangkan volume saldo Tabungan Slawi Ayu dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 mengalami penurunan volume saldo dari 26,34% hingga 22,45%, tetapi pada tahun 2009 ke 2010 saldo meningkat dari 22,45% menjadi 23,74% . Pada 2011 meningkat kembali menjadi 24,45%. Perkembangan saldo rata-rata nasabah pertahunnya mengalami peningkatan yang baik, dari tahun 2008 sebesar 22,43% kemudian menurun 20,14% dan meningkat kembali 23,30% pada tahun 2010, dan tahun 2011 sebesar 34,13%.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, tidak ada permasalahan pada saldo dan saldo rata-rata selama 4 tahun. Permasalahannya pada jumlah nasabah Tabungan Slawi Ayu adalah penurunan jumlah nasabah selama tahun 2008 sampai dengan 2011. Menurunnya jumlah nasabah disebabkan adanya penataan administrasi dengan menutup rekening bagi saldo dibawah Rp. 5000,00,- sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan. Nasabah yang tidak melakukan transaksi hingga rekeningnya ditutup oleh bank, diduga karena nasabah kurang puas dengan pelayanan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selama menjadi nasabah Tabungan Slawi Ayu. Hal ini dapat menjadi acuan bagaimana mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah dimasa mendatang dan memberikan kepuasan.

Berdasarkan uraian diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *reliability* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011?
2. Apakah *responsiveness* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011?
3. Apakah *assurance* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011?
4. Apakah *empathy* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011?
5. Apakah *tangibles* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011?

1.4 Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan ini digunakan sebagai pengendalian dalam penelitian serta memudahkan dalam pencarian data yang diperlukan dalam pencarian data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan nasabah tabungan di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi khususnya pada kajian manajemen perbankan di bidang pemasaran bank.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian yang akan saya lakukan ini adalah sebagai berikut :

1. STIE Bank BPD Jateng

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mendukung visi & misi STIE Bank BPD Jateng sebagai perguruan tinggi yang mengedepankan dalam mengedepankan dalam pengembangan potensi mahasiswanya terutama dalam bidang ekonomi.

2. Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan mampu memadukan dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama proses perkuliahan dengan praktek sesungguhnya serta menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti.

3. PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai dan menganalisa seberapa jauh bank telah memberikan pelayanannya kepada nasabah

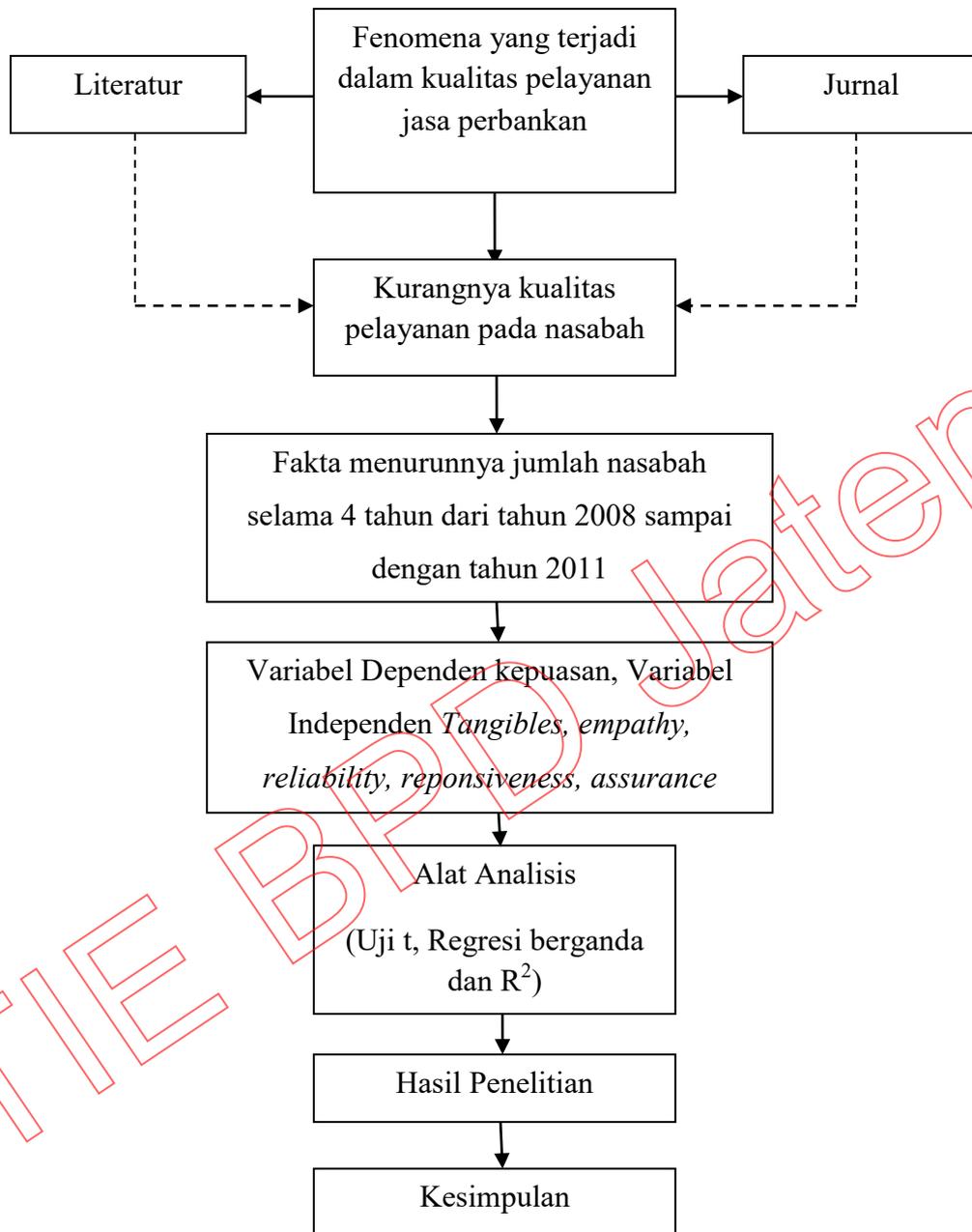
sehingga dapat dilakukan perbaikan manajerial dan peningkatan mutu perusahaan .

4. Pembaca

Dengan penelitian ini diharapkan pembaca dapat digunakan sebagai referensi atau tambahan literatur yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian-penelitian berikutnya.

STIE BPD Jateng

1.6 Kerangka Penelitian



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Fungsi Bank

Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang telah disempurnakan menjadi Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, pengertian bank adalah sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*. Menurut Sigit dan Totok (2006:9), secara lebih spesifik, fungsi bank adalah sebagai berikut :

1. *Agent of Trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan menitipkan dananya kepada bank apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, serta percaya bahwa pada saat yang telah dijanjikan masyarakat dapat menarik lagi simpanan dananya di bank. Pihak bank sendiri mau menempatkan atau menyalurkan dananya pada debitur apabila dilandasi unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa debitur tidak akan menyalahgunakan pinjamannya, debitur akan mempunyai kemampuan untuk membayar dan mengembalikan kewajiban lainnya pada saat jatuh tempo.

2. *Agent of Development*

Kegiatan ekonomi masyarakat di sektor moneter dan di sektor rill tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor ini saling berinteraksi dan saling mempengaruhi.

Sektor rill tidak dapat berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak berkinerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor rill. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi-distribusi-konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang.

3. *Agent of Services*

Selain melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa-jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa-jasa bank ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, jasa penitipan barang berharga, jasa pemberian jaminan bank, dan jasa penyelesaian tagihan.

2.2 Jenis bank

Jenis bank berdasarkan Undang-undang No.7 tahun 1992 yang telah disempurnakan menjadi UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan, ditegaskan bahwa bank terdiri dari 2 (dua), yaitu :

1. Bank Umum

Bank umum yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Bank umum melaksanakan seluruh fungsi perbankan yaitu menghimpun dana, menempatkan dana dan memperlancar lalu lintas pembayaran giral. Dalam praktiknya, kegiatan usahanya juga ada yang murni berbasis bunga, murni berbasis syariah dan kombinasi antara konvensional (sistem bunga) dengan syariah.

2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Bank ini seperti

bank umum, namun wilayah operasinya sangat terbatas di wilayah tertentu misalnya kabupaten saja. BPR tidak diperbolehkan mengikuti kliring atau terlibat dalam transaksi giral. Dengan demikian penghimpunan dana hanya boleh dilakukan dalam bentuk tabungan dan deposito. Pelaksanaan kegiatan BPR ada yang berbasis bunga, berbasis syariah maupun kombinasi bisnis bunga dengan syariah.

Berdasarkan UU Nomor 7 Tahun 1992 yang telah disempurnakan menjadi UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, sebagai bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan-kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR adalah (Sigit dan Totok, 2006:86) :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa:

Deposito berjangka yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai tanggal yang diperjanjikan antara deposan dan bank. Tabungan yaitu simpanan yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati, dan tidak dengan cek atau bilyet giro atau alat lain yang dapat dipersamakan dengan itu. Dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

- b. Memberikan kredit.
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dananya berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- d. Menempatkan dananya dalam bentuk sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, dan atau tabungan ke bank lain.

Kegiatan-kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh BPR yaitu :

- a. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
- c. Melakukan penyertaan modal.

- d. Melakukan usaha perasuransian.
- e. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usahanya.

2.3 Tabungan

Dalam Kasmir (2002:83), Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Dari sejak kanak-kanak kita sudah dianjurkan kita sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang di bawah bantal atau didalam celengan dan disimpan dalam rumah. Namun faktor risiko menyimpan uang di dalam rumah begitu besar seperti risiko kehilangan atau kerusakan. Kerugian lainnya adalah menabung di rumah jumlahnya tidak pernah akan bertambah atau berbunga.

Sesuai dengan perkembangan jaman, dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari risiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga. Dengan demikian jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu sekalipun tidak ditambah.

Simpanan tabungan mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang di rekening tabungan juga berbeda-beda. Daemikian pula sasaran bank dalam memasarkan produk tabungan ini juga berbeda sesuai dengan sasaran yang diinginkan.

Pengertian tabungan menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet dan giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank ang

mengeluarkannya. Hal ini sesuai pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.

2.3.1 Sarana Penarikan

Untuk menarik dana yang ada di rekening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penarikan. Dalam praktiknya ada beberapa penarikan yang digunakan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Aalat-alat yang sering digunakan adalah sebagai berikut :

a. Buku Tabungan

Merupakan buku yang dipegang oleh nasabah. Buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, transaksi penarikan, transaksi penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi pada tanggal tertentu. Buku ini digunakan pada saat penarikan, sehingga langsung dapat mengurangi atau menambah saldo yang ada di buku tabungan tersebut.

b. Slip Penarikan

Merupakan formulir untuk menarik sejumlah uang dari rekening tabungannya. Di dalam formulir penarikan nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan nasabah. Formulir penarikan ini disebut juga dengan slip penarikan dan biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

c. Kuitansi

Kuitansi juga merupakan formulir penarikan dan juga merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan. Di dalam kuitansi tertulis nama penarik, nomor penarik, jumlah uang dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

d. Kartu yang terbuat dari plastik

Sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik bank maupun di mesin *Automated Teller Machine* (ATM). Mesin ATM biasanya tersebar di tempat-tempat yang strategis.

2.4 Pemasaran Bank

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi pada pencapaian profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, maka harapan perusahaan mengenai kebutuhan dan keinginan para pelanggannya tidak akan terpenuhi.

Bagi dunia usaha seperti usaha perbankan, perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan para pelanggannya tidak akan terpenuhi dan terpuaskan (Kasmir, 2004:60).

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk setiap jenis perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan berbeda dengan pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan jasa. Bank merupakan perusahaan yang melakukan jual beli produk dan jasa di bidang keuangan, sehingga perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.

Secara umum, pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2004:63).

2.5 Tujuan Pemasaran Bank

Setiap yang dilakukan oleh badan usaha atau perusahaan, tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan manajemen perusahaan itu sendiri. Suatu perusahaan dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang matang, serta kemudian ditetapkan dengan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Kasmir (2004:66) tujuan pemasaran bank secara umum adalah untuk :

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaximumkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas, akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

2.6 Jasa Bank

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara dan salah satu cara yang banyak digunakan adalah dengan mengklasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk (Fandy Tjiptono,2005:10). Berdasarkan kriteria ini, ada tiga kelompok produk yaitu :

1. Barang yang tidak tahan lama (*non durable goods*)

Yaitu barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya maksimal satu tahun.

2. Barang tahan lama (*durable goods*)

Yaitu barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun.

3. Jasa

Jasa merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa atau *services* adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu (Kotler dan Armstrong, 2008:266). Jasa bank menurut Kuncoro (2002:349) adalah semua kegiatan bank, baik yang langsung maupun yang tidak langsung yang berkaitan dengan fungsi bank sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang dan fungsi bank yang memberikan jaminan kepada nasabah, baik langsung maupun tidak langsung memberikan keuntungan kepada bank, dalam bentuk keuntungan finansil maupun keuntungan finansial. Terdapat empat karakteristik pokok jasa yang membedakannya dengan barang, yaitu :

a. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, material, atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha (Berry, 1980 dalam Fandy Tjiptono, 2005:22). Bila barang yang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dimiliki (*non ownership*). Jadi jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi (M.N. Nasution, 2004:8).

b. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimanajasa tersebut diproduksi (M.N. Nasution,2004:8). Menurut Bovee, Houston, dan Thill (Fandy Tjiptono, 2005:22) terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas jasa: (1) Kerjasama atau partisipasi pelanggan sebelum penyampaian jasa ; (2) Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan (3) Beban kerja perusahaan. Kesemuanya ini menyebabkan perusahaan jasa sulit mengembangkan citra merek yang konsisten sepanjang waktu. Konsistensi layanan yang diterima pada setiap kesempatan yang berbeda juga akan berdampak pada persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa secara keseluruhan. Karena itu, penyedia jasa dapat mengupayakan pengurangan dampak variabilitas melalui empat strategi utama, yaitu :

- i. Melakukan investasi dalam seleksi, rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan yang baik.
- ii. Melakukan standarisasi proses pelayanan jasa (*service performance process standardization*) atau industrialisasi jasa, misalnya dengan cara menawarkan jasa-jasa atau layanan-layanan alternatif lewat mesin, internet, *call centers*, dan sejenisnya.
- iii. Melakukan *service customization*, artinya meningkatkan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan sedemikian rupa, sehingga jasa yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap pelanggan.
- iv. Memantau kepuasan pelanggan, baik secara pasif (melalui *survey* kepuasan pelanggan) sehingga setiap aspek layanan yang kurang memuaskan dapat dideteksi dan dikoreksi.

c. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Menurut Kotler (1997:97), jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang sama (tidak dapat dipisahkan). Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu kemudian dijual baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya terjual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama (Fandy Tjiptono, 2005:22). Interaksi antara penyedia jasa mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa yang bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contract-personel*) merupakan unsur kritis. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis terletak pada proses rekrutmen, seleksi, penilaian kerja, serta imbalan, pelatihan dan pengembangan karyawannya.

d. Mudah rusak atau hilang (*Perishability*)

Perishability berarti jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali atau dikembalikan (Edged dan Parkinson, 1993 ; Zeithalm dan Bitner, 2003 dalam Fandy Tjiptono, 2005:26). Sedangkan menurut Kotler (1997:97) *perishability* berarti bahwa jasa tidak dapat disimpan seperti halnya produk.

Dalam hal manajemen permintaan jasa, Stanton, Etzel dan Walker (1991) dalam Fandy Tjiptono (2005:26) mengidentifikasi adanya pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam situasi-situasi tertentu, jasa bisa disimpan, misalnya dalam bentuk pemesanan (contohnya jasa penerbangan) dan penundaan penyampaian jasa (misalnya jasa asuransi).

2.7 Kualitas jasa

Definisi kualitas jasa menurut Lewis dan Booms (Fandy Tjiptono, 2005:121), dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Lovelock (2005:96) Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka

panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang dirasakan atau diterima (*preceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Sebaliknya apabila *preceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Harapan atau ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 2005:122).

2.8 Manfaat *Service quality*

Setiap pelanggan mendambakan suatu pelayanan jasa yang mampu memahami kebutuhan spesifik mereka dan memberikan kualitas layanan yang baik. Sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan dengan kualitas yang memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan.

Untuk mencapai tingkat kualitas secara maksimal, maka setiap karyawan wajib memiliki ketrampilan khusus, diantaranya memahami produk atau jasa secara mendalam, berpenampilan rapi dan menarik, bersikap ramah dan bersahabat, menunjukkan komitmen dan responsivitas dalam melayani pelanggan, menguasai pekerjaan yang berkaitan langsung dengan perusahaan yang bersangkutan, mampu berkomunikasi secara efektif, bisa memahami dengan baik bahasa isyarat pelanggan secara profesional. Maka dari itu apabila sebuah organisasi atau perusahaan jasa mampu memenuhi tingkat kualitas layanan yang memadai, maka manfaat-manfaat yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1.

Manfaat Kualitas Jasa

Sasaran kualitas jasa	Manfaat kualitas pelayanan/jasa		
	Bagi pelanggan	Bagi karyawan	Bagi perusahaan
Memuaskan pelanggan	Kebutuhan terpenuhi	Lebih percaya diri	Meningkatnya citra profesional
Meningkatkan loyalitas pelanggan	Merasa dihargai & mendapatkan layanan yang baik	Tercipta kepuasan pribadi	Kelangsungan usaha perusahaan terjamin
Meningkatkan penjualan produk & jasa perusahaan	Merasa dipercayai sebagai mitra bisnis	Menambah ketenangan bekerja	Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan
Meningkatkan pendapatan perusahaan	Merasa menemukan perusahaan yang profesional	Memupuk semangat untuk meniti karir	Mendorong kemungkinan ekspansi dan meningkatkan laba perusahaan

Sumber : Elhaitammy,1990. dalam bukunya Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra,2005:119

2.9 Kepuasan Nasabah

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Pelanggan atau nasabah adalah semua orang yang menuntut penyedia jasa atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada perfomansi perusahaan (M.N. Nasution, 2004:101). Kepuasan nasabah menurut Engel et al. (M.N. Nasution

2004:101) berpendapat bahwa kepuasan sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Dari definisi tersebut, terdapat kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimannya bila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang pelanggan terima setelah membeli jasa tersebut.

2.9.1 Manfaat Kepuasan Nasabah

Menurut (Kotler, 2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Karena Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan (Lovelock, 2005:102).

2.10 SERVQUAL (*Service Quality*)

Model kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry. Model SERVQUAL ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manager dalam menganalisis masalah sumber kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki masalah kualitas jasa (Fandy Tjiptono, 2005:145).

Pada tahun 1988, Parasuraman dkk (Rambat Lupiyoadi, 2006:182), menemukan bahwa jasa (SERVQUAL) dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi yang dapat dibedakan menjadi :

1. *Tangibles*

Service merupakan sesuatu yang tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba, oleh karena itu aspek *tangibles* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Dalam hal ini pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. *Tangibles* merupakan kemampuan suatu bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Fandy Tjiptono (2005:134) menyatakan bahwa *tangibles* merupakan dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Tangibles meliputi fasilitas fisik seperti gedung, ruang pelayanan, dan lain sebagainya, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), lahan parkir yang memadai serta penampilan karyawannya. Nasabah bank akan memberikan penilaian yang baik apabila bank memiliki gedung yang dilengkapi dengan peralatan yang modern dan ruang pelayanan yang nyaman. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan kesan bahwa nasabah dihargai, sedangkan peralatan dan teknologi yang digunakan dalam memberikan pelayanan memberikan kontribusi kecepatan dan ketepatan pelayanan.

Tangibles yang baik mempengaruhi persepsi pelanggan pada saat yang bersamaan *tangibles* juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena *tangibles* yang baik, maka harapan nasabah kepada pihak penyedia jasa menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek *tangibles* yang paling tepat, yaitu masih memberikan kesan yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan nasabah yang terlalu tinggi.

2. *Empathy*

Empathy merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Sedangkan menurut Philip Kotler (2005:123) *empathy* merupakan kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing nasabah. Dan menurut Fandy Tjiptono (2005:134) *empathy* berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Pihak bank diharapkan bersedia memberikan perhatian individual kepada nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah, selalu mementingkan kepentingan nasabah ditengah kesibukannya, serta karyawan memperlakukan secara sama dan adil terhadap nasabah. Semua nasabah memiliki hak yang sama untuk mendapatkan kemudahan pelayanan dalam bertransaksi tanpa didasari apakah nasabah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

Dimensi *empathy* adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat “kejutan atau tidak dapat diduga”. Sesuatu yang tidak diharapkan nasabah, ternyata diberikan oleh penyedia jasa. Pelayanan yang ber*empathy*, akan mudah diciptakan kalau setiap karyawan perusahaan mengerti kebutuhan spesifik nasabahnya.

3. *Reliability*

Janji merupakan hutang yang mesti harus dibayar, oleh karena itulah *reliability* menjadi salah satu hal penting dalam pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Menurut Kasmir (2004:68) *reliability* yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta

memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya. Philip Kotler (2005:123) mendefinisikan *reliability* sebagai kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

Dalam *reliability* meliputi kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang dapat mempengaruhi penilaian terhadap jasa yang dirasakan. Kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang baik dapat dilihat dari kemampuan karyawan dalam memberikan informasi kepada nasabah yang benar, pencatatan transaksi tanpa kesalahan, pelayanan karyawan yang dapat dipercaya, dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan sungguh-sungguh, serta ketepatan dalam memenuhi waktu pelayanan yang telah dijanjikan.

Ada tiga hal besar yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat *reliability*. Pertama, adalah pembentukan budaya kerja “*error free*” atau “*non mistake*”. Top manajemen perlu meyakinkan kepada semua bawahannya untuk melakukan tugasnya dengan benar. Manajemen perlu memberikan karyawannya bahwa jika membuat janji haruslah ditepati. Kedua, perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan “*no mistake*”. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus-menerus dan menekankan kerja *teamwork*, koordinasi antar bagian menjadi lebih baik. Ketiga, sebelum layanan baru dimunculkan atau diberikan kepada nasabah, maka perusahaan perlu melakukan tes untuk mengetahui seberapa jauh tingkat reabilitasnya.

Untuk menjaga agar nasabahnya tidak pindah ke bank lain, maka pihak penyedia jasa perlu merealisasi janji-janji yang telah dibuat pada saat penyedia jasa menawarkan janji kepada nasabah dan tidak memberikan janji yang berlebihan. Karena jika pihak penyedia jasa menawarkan janji yang berlebihan kepada nasabah dan ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka nasabah tersebut akan kecewa terhadap pihak penyedia jasa.

4. *Responsiveness*

Responsiveness merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan berubah dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena perkembangan teknologi dari tahun ke tahun dalam dunia perbankan demikian cepatnya. Misalnya adanya mesin ATM, yang akhir-akhir ini sering digunakan nasabah untuk memperoleh kecepatan dalam bertransaksi. *Responsiveness* merupakan suatu kemauan untuk memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Kasmir (2004:67) berpendapat bahwa *responsiveness* yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

Philip Kotler (2005:123) mendefinisikan *responsiveness* sebagai kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2005:134), *responsiveness* berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan mengenai jasa yang akan diberikan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Dalam ekonomi dikenal dengan istilah waktu adalah "*scarce resources*". Karena itu waktu sama dengan uang yang harus digunakan dengan bijak. Nasabah akan tidak puas apabila waktunya terbuang dengan sia-sia karena sudah kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber ekonomi lainnya atau untuk kegiatan lainnya. Oleh karena itu, nasabah akan rela untuk mengorbankan atau membayar pelayanan yang lebih mahal untuk menghemat waktu.

Responsiveness meliputi kecepatan pelayanan, karyawan bersedia membantu nasabah, dapat memenuhi setiap permintaan nasabah, penyelesaian transaksi dengan cepat, serta nasabah tidak terlalu lama menunggu antrian. Membuat nasabah menunggu tanpa adanya alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Jika pihak bank menangani keluhan nasabah dengan cepat, maka nasabah mempersepsikan bahwa pelayanan yang diberikan bank baik. Apabila keluhan nasabah tidak segera dtanggapi, maka nasabah akan merasa tidak puas terhadap bank. Sebaliknya apabila keluhan nasabah segera ditanggapi dengan cepat, maka nasabah akan merasa puas. Apabila nasabah puas dengan cara yang diberikan oleh karyawan, maka besar kemungkinannya akan menjadikan nasabah tetap berhubungan dengan pihak bank.

5. *Assurance*

Dimensi kelima dari lima kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan nasabah adalah *assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para nasabahnya.

Assurance merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Menurut Kasmir (2004:67) *assurance* merupakan jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang karyawan lakukan benar dan tepat sasaran. Menurut Philip Kotler (2005:123), *assurance* adalah kemampuan melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan oleh karyawan kepada nasabah secara meyakinkan dan akurat. Fandi Tjiptono (2005:134) mengatakan bahwa *assurance* merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelangganya.

Indikator yang dimiliki oleh *assurance* adalah nasabah merasa aman selama melakukan transaksi dengan bank. Aman karena perusahaan jujur dalam bertransaksi. Misalnya, nasabah merasa aman dengan pencatatan transaksi yang dilakukan oleh karyawan. Apabila nasabah mengajukan beberapa pertanyaan dan kemudian karyawan tidak bisa menjawab dengan baik, maka nasabah akan mulai merasa kehilangan kepercayaan terhadap pemberi jasa. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh nasabah. Karyawan mempunyai pengalaman yang profesional dibidangnya, kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, dan penyedia jasa menjamin dana yang disimpan oleh nasabah akan aman.

2.11 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2006:82) adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif yang merupakan pertanyaan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara 2 variabel atau lebih (Sugiyono, 2006:86).

1. Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan

Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan. (Parasuraman et al.:1990 dalam Rambat Lupiyoadi 2007:175). Jika karyawan dapat melayani nasabahnya dengan tepat waktu tanpa kesalahan maka akan terciptalah kepuasan nasabah tersebut.

Dalam penelitian Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004) *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian oleh Juzan Tri Hartanto (2010) *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis pertama yaitu :

H₁ : Terdapat pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

2. Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan

Dalam Parasuraman et al. (Rambat Lupiyoadi 2007:175) *Responsiveness* (keikutsertaan), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah, keinginan karyawan untuk membantu para nasabah (misal: customer service memberikan informasi seperti yang diperlukan nasabah), serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk (seperti tersedianya teller pada jam-jam sibuk). Semakin baik karyawan dalam memberikan layanan dengan tanggap, cepat dan tepat maka terciptalah suatu kepuasan dari nasabah.

Dalam penelitian Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004) *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil penelitian Juzan Tri Hartanto (2010) menyimpulkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis kedua yaitu :

H₂ : Terdapat pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

3. Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan

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

dankemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan (Parasuraman et al. 1990 dalam Rambat Lupiyoadi 2007:175). Jika bank dapat memberikan rasa aman terhadap nasabah, maka nasabah akan merasa puas dengan bank tersebut.

Hasil penelitian Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004) *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian Juzan Tri Hartanto (2010) menyimpulkan bahwa *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis ketiga yaitu :

H₃ : Terdapat pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

4. Pengaruh *empathy* terhadap kepuasan

Dalam Parasuraman et al. (dalam Rambat Lupiyoadi 2007:175) *Empathy*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan (misal: untuk menemui karyawan senior), kemudahan mendapatkan layanan (berkaitan dengan banyaknya outlet, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon). Kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. Perusahaan memiliki objektifitas yaitu: memperlakukan secara sama semua nasabah. Semua nasabah berhak untuk memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak. Apabila karyawan mampu memberikan perhatian atau kepedulian kepada nasabah, maka kepuasan akan tercipta.

Dalam penelitian Hais Dama (2010), Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004), dan Juzan Tri Hartanto (2010) *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis keempat yaitu :

H₄: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *empathy* terhadap terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

5. Pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan

Tangibles, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan (Parasuraman et al. 1990 dalam Rambat Lupiyoadi 2007:175). Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada nasabah, maka nasabah akan merasa puas terhadap bank tersebut.

Hasil penelitian dari Hais dama (2010), *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian oleh Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004), *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian oleh Juzan Tri Hartanto (2010) menyimpulkan bahwa *tangibles* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesiskelima yaitu :

H₅ : Terdapat pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

2.12 Penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan

Tabel 2.2
Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
Hais dama 2010	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo.	<i>Tangibles,</i> <i>empathy,</i> <i>reliability</i> <i>,responsiveness</i> <i>,dan assurance</i>	Regresi berganda	Terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) secara bersama-sama dan secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri atas dimensi <i>tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance</i> terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Gorontalo.
Anggit Utami dan Y. Anni Aryani 2004	Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syaiah Mandiri Cabang Surakarta.	<i>Tangibles,</i> <i>empathy,</i> <i>reliability</i> <i>,responsiveness</i> <i>,dan assurance</i>	Regresi berganda	Kualitas jasa yang terdiri dari <i>Tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance</i> berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah
Juzan Tri Hartanto 2010	Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus pada PD	<i>Tangibles,</i> <i>empathy,</i> <i>reliability</i> <i>,responsiveness</i> <i>,dan assurance</i>	Regresi berganda	Kualitas jasa yang terdiri dari <i>Tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance</i> berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Variabel <i>empathy</i> berpengaruh

	BPR Bank Jogja)			signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel <i>Tangibles, reliability</i> <i>,responsiveness</i> , dan <i>assurance</i> tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
--	---------------------	--	--	---

2.13 Kerangka Pemikiran

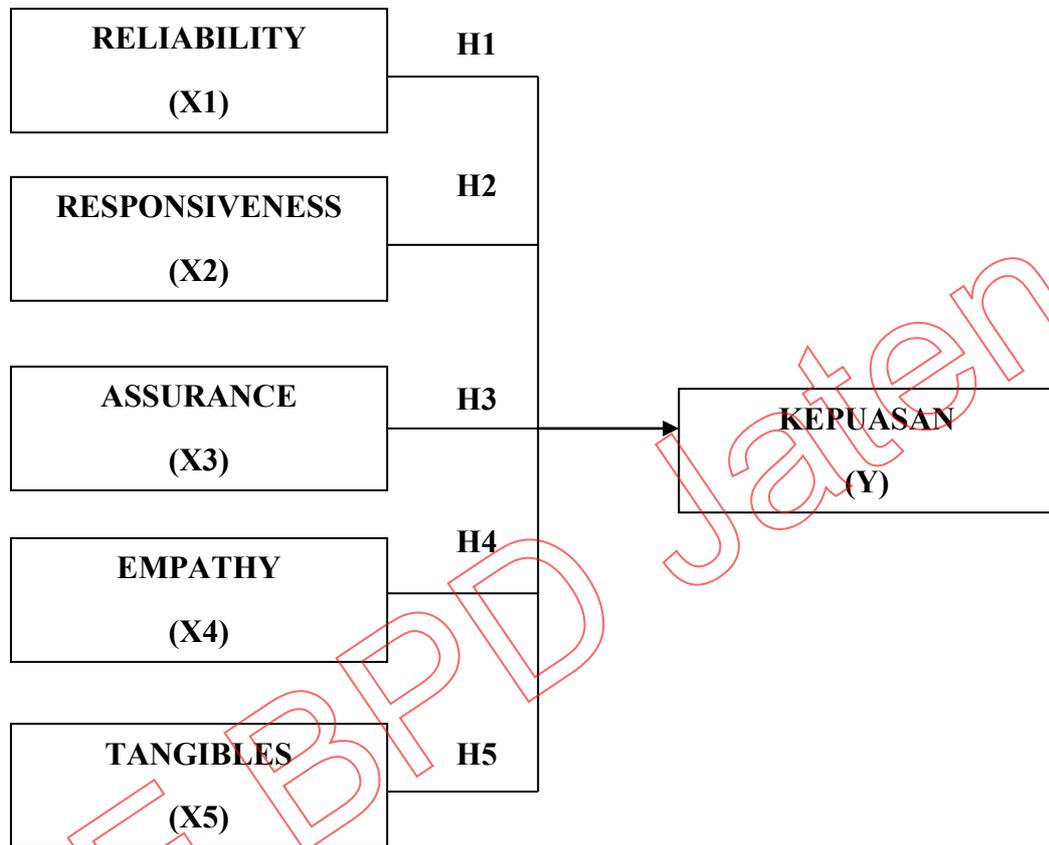
Bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang bertugas mengelola dana yang dipercayakan nasabah dengan baik dan memberikan pelayanan yang baik dan profesional sehingga nasabah merasa puas bertransaksi pada bank .

Dalam persaingan mendapatkan dan mempertahankan nasabah yang sudah ada, bank berlomba-lomba melakukan perbaikan dan peningkatan sistem pelayanan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan dan transaksi yang dilakukan oleh bank. Hal ini bukan perkara mudah bagi pihak bank untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah karena keinginan, kebutuhan dan karakter nasabah yang berbeda.

Apabila bank menerapkan pelayanan dan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan memberikan kepercayaan dananya pada bank tersebut.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti (2012)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Konsep

Menurut Singarimbun dan Effendi (1995:34) definisi konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Konsep pada dasarnya mendefinisikan variabel yang ada agar tidak menimbulkan kekaburan.

3.1.1 Kepuasan Nasabah

Merupakan tingkat perasaan di mana pelanggan menyatakan hasil perbandingan atas kinerja jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kotler (2007) dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2007:192).

3.1.2 Reliability

Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. (Parasuraman, dkk : 1998 dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani 2007:175,182).

3.1.3 Responsiveness

Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. (Parasuraman, dkk : 1998 dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani 2007:175,182)

3.1.4 Assurance

Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para

pelanggan kepada perusahaan (Parasuraman, dkk : 1998 dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani 2007:175,182).

3.1.5 Empathy

Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Parasuraman, dkk : 1998 dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani 2007:175,182).

3.1.6 Tangibles

Bukti fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Parasuraman, dkk : 1998 dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani 2007:175,182).

3.2 Definisi Operasional

3.2.1 Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon efektif, dan juga penilaian bahwa fitur produk/jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *Under-fulfillment* dan *Over-fulfillment* (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2005:196). Indikator yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2006 : 366), yaitu :

- a. Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan.

Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang bank berikan, nasabah akan tetap mempercayakan dananya pada bank tersebut.

- b. Nasabah merekomendasikan pelayanan yang diberikan oleh bank.

Nasabah yang merasa puas akan menceritakan mengenai pengalamannya bertransaksi di bank tersebut kepada orang lain.

- c. Nasabah bersedia menggunakan jasa bank lagi.

Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan terus menggunakan jasa bank tersebut.

- d. Nasabah puas selama menjalin hubungan dengan baik.

Merupakan faktor yang turut menentukan suatu perusahaan dalam memperoleh laba dalam jangka panjang (Tjiptono 2005).

3.2.2 Reliability

Reliability atau kehandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat (Kotler, 2002:499-500). Menurut model SERVQUAL (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2006:182), faktor penentu *reliability* yaitu :

- a. Mampu memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas. Nasabah akan lebih mudah untuk bertransaksi dengan informasi yang jelas yang disampaikan oleh petugas pelayanan.
- b. Akurasi dalam pencatatan transaksi. Akurasi atau ketelitian karyawan terhadap pencatatan transaksi sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam kenyamanan bertransaksi.
- c. Pelayanan karyawan dapat dipercaya. Pelayanan yang baik dan meyakinkan menjadikan bertambahnya kepercayaan nasabah dalam bertransaksi.
- d. Ketepatan dalam memenuhi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Pelayanan harus dilakukan sesuai dengan yang dijanjikan agar nasabah tidak kecewa dan berpindah ke bank lain.

3.2.3 Responsiveness

Responsiveness adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat (Kotler, 2002:499-500). Menurut model SERVQUAL (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2006:182), faktor penentu *responsiveness* yaitu :

- a. Kecepatan pelayanan dari karyawan.

Nasabah akan merasa senang apabila karyawan mampu memberikan pelayanan dengan cepat.

- b. Kesiediaan karyawan dalam membantu nasabah.

Karyawan harus bersedia membantu nasabah dalam bertransaksi agar nasabah merasa senang.

- c. Karyawan selalu meluangkan waktunya untuk memenuhi permintaan nasabah.

Nasabah akan merasa diutamakan dan senang apabila karyawan bersedia meluangkan waktu untuk memenuhi permintaan nasabah.

- d. Nasabah tidak terlalu lama mengantri.

Kecepatan pelayanan dan sistem antrian yang baik harus diperhatikan agar nasabah tidak terlalu lama mengantri untuk melakukan transaksi.

3.2.4 Assurance

Assurance adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Kotler, 2002:499-500). Menurut model SERVQUAL (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2006:182), faktor penentu *assurance* yaitu :

- a. Nasabah merasa aman untuk menjadi nasabah bank.

Bank harus dapat meyakinkan nasabah agar merasa aman mempercayakan dananya.

- b. Karyawan berpengalaman profesional.

Bank akan mempunyai nilai tambah dimata masyarakat apabila memiliki karyawan yang berpengalaman dan profesional.

- c. Karyawan bersikap sopan dalam melayani nasabah.

Dalam melayani nasabah, kesopanan merupakan hal penting agar nasabah merasa dihormati.

- d. Jaminan keamanan dana yang disimpan nasabah.

Bank harus meyakinkan masyarakat untuk mempercayakan dananya dengan memberikan jaminan keamanan.

3.2.5 *Empathy*

Empathy adalah kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan (Kotler, 2002:499-500). Menurut model SERVQUAL (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2006:182), faktor penentu *empathy* yaitu :

- a. Karyawan bersedia memberikan perhatian secara individual kepada nasabah, agar dapat memahami keinginan konsumen sehingga nasabah tidak pindah ke bank lain.
- b. Waktu beroperasi (jam kerja) sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah dapat nyaman dalam bertransaksi.
- c. Selalu mengutamakan kepentingan nasabah. Karyawan harus meluangkan waktunya ditengah kesibukan untuk melayani nasabah.
- d. Karyawan bank memahami kebutuhan nasabah. Semakin nasabah terpenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi, nasabah akan semakin puas.

3.2.6 *Tangibles*

Tangibles adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, petugas, dan materi komunikasi (Kotler, 2002:499-500). Menurut model SERVQUAL (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2006:182), faktor penentu *tangibles* yaitu :

- a. Adanya peralatan teknologi modern
Peralatan teknologi yang modern memudahkan nasabah dalam bertransaksi dengan cepat dan tepat.
- b. Kondisi gedung
Kondisi gedung yang layak dan bersih menjadikan nasabah nyaman dalam bertransaksi.
- c. Penampilan karyawan
Penampilan karyawan yang rapi dapat memberikan kesan bahwa nasabah dihargai dan menambah kesan keindahan didalam gedung.
- d. Lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau
Nasabah akan mudah bertransaksi dengan lokasi kantor yang mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun umum.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Effendi, 1995:152). Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006:241).

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Slawi Ayu sebesar 3.732.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2007:62).

Pemilihan sampel penelitian ditentukan dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi secara acak berdasarkan anggota populasi yang ditemui dilokasi penelitian sesuai dengan kriteria (Sugiyono, 1999:59). Jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* (Husein Umar, 1999:146) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presisi yang diharapkan (10%)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil adalah :

$$n = \frac{3732}{1 + 3732 (0,1)^2}$$

n = 97,40 atau 98

Berdasarkan hasil perhitungan sampel yang telah dibulatkan didapat sampel pada penelitian ini sebesar 98. Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Merupakan nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong
2. Mempunyai rekening simpanan berupa Tabungan Slawi Ayu
3. Usia minimal 17 tahun

Penyebaran kuesioner dilakukan di kantor PD BPR Bank Tegal Gotong Royong, dimana penulis memberikan kuesioner kepada nasabah yang memiliki rekening Tabungan Slawi Ayu. Waktu penyebaran direncanakan selama 3 minggu.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:193). Pengolahan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau daftar pertanyaan yang diisi oleh nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995:111), skala likert merupakan cara pengukuran dengan menghadapkan seorang responden dengan pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban dan diberi skor. Adapun jawaban dan skor tersebut adalah :

- | | | |
|------------------|--------------------|------------------|
| a. Untuk jawaban | SS (Sangat Setuju) | diberikan skor 5 |
| b. Untuk jawaban | S (Setuju) | diberikan skor 4 |
| c. Untuk jawaban | RR(Ragu-Ragu) | diberikan skor 3 |

- d. Untuk jawaban TS (Tidak Setuju) diberikan skor 2
- e. Untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberikan skor 1

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2006:129). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berasal dari dokumentasi dan studi pustaka.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang berasal dari literatur-literatur yang sudah dipublikasikan pihak ketiga, dalam penelitian ini adalah dokumentasi mengenai data gambaran umum PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengambilan data dengan cara mempelajari literature, jurnal, dan majalah yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi (Ghozali, 2006:45). Statistik deskriptif memberikan atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Sugiyono, 2011:19).

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah suatu data yang dinyatakan dengan menggunakan satuan angka (Sugiyono, 2004:8). Analisis kuantitatif dapat

digunakan untuk membantu memecahkan masalah dengan alat bantu yang berhubungan dengan statistik dan matematika sehingga keputusan yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan.

3.5.3 Uji Data

3.5.3.1 Uji Validitas

Dalam Ghazali (2006:49) uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dalam penelitian ini telah benar-benar mengukur apa yang Diukur, maka menggunakan korelasi *product moment* (Husein Umar, 2000:132) sebagai berikut :

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

XY = skor pertanyaan no 1

Y = skor total

Adapun hasil pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti bahwa masing-masing pertanyaan valid sehingga dapat dipakai untuk pengujian berikutnya.
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti bahwa masing-masing pertanyaan tidak valid sehingga tidak dapat dipakai untuk pengujian berikutnya.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2006:45) untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Adapun rumus perhitungannya adalah sebagai berikut :

Keterangan :

= koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel x

r = mean korelasi antar item

Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai r *Cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2006:46), dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS.

3.5.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah *study* mengenai ketergantungan dimana satu peubah tidak bebas (dependen) diterangkan oleh lebih dari satu peubah bebas (independen) lainnya (Sugiyono, 2004:211). Persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah

b₁ b₂ b₃ b₄ b₅ = koefisien

X₁ = *tangibles*

X₂ = *empathy*

$X_3 = reliability$

$X_4 = responsiveness$

$X_5 = assurance$

$b_0 = konstanta$

3.5.6 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* terhadap kepuasan. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara X_1 (*tangibles*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_1 : \beta \neq 0$ ada pengaruh positif dan signifikan antara X_1 (*tangibles*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_0 : \beta = 0$ tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara X_2 (*empathy*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_1 : \beta \neq 0$ ada pengaruh positif dan signifikan antara X_2 (*empathy*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_0 : \beta = 0$ tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara X_3 (*reliability*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_1 : \beta \neq 0$ ada pengaruh positif dan signifikan antara X_3 (*reliability*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_0 : \beta = 0$ tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara X_4 (*responsiveness*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_1 : \beta \neq 0$ ada pengaruh positif dan signifikan antara X_4 (*responsiveness*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_0 : \beta = 0$ tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara X_5 (*assurance*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

$H_1 : \beta \neq 0$ ada pengaruh positif dan signifikan antara X_5 (*assurance*) terhadap Y (kepuasan) nasabah Tabungan Slawi Ayu di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal periode 2008 sampai dengan 2011.

Uji statistiknya

Rumus (Sugiyono, 2009:230) :

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

Keterangan :

- R : Koefisien Korelasi
R² : Koefisien Determinasi
n : Banyaknya sampel

Dengan asumsi (t hitung) :

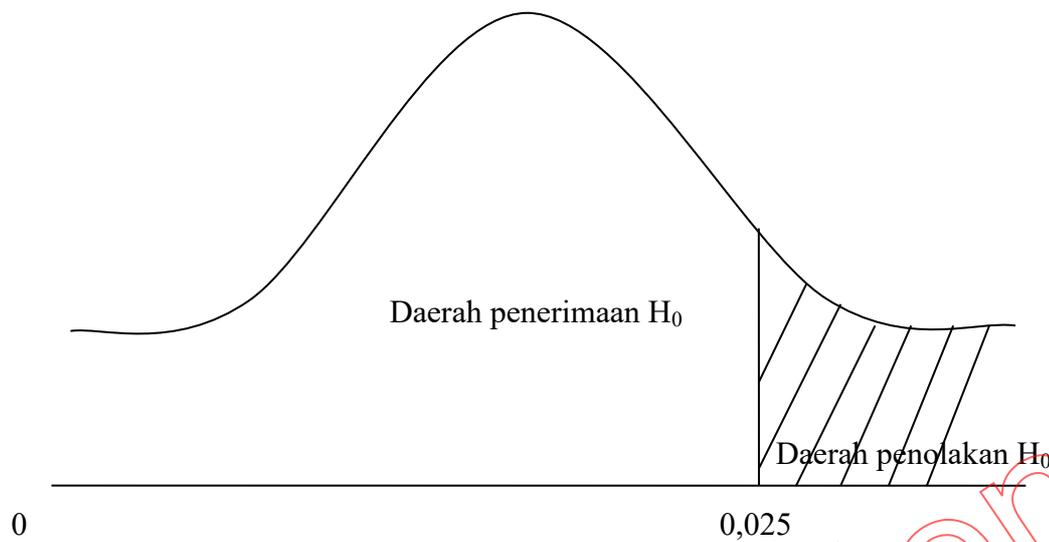
Ho : diterima bila sig. > α = 0,05

Ho : ditolak bila sig. ≤ α = 0,05

pengambilan keputusan dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 menurut (Sugiono, 2004 : 227) ditentukan sebagai berikut :

- Jika produk t hitung ≤ t tabel maka Ho diterima
- Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak
- Jika tingkat signifikan t hitung > 0.025 maka Ho diterima
- Jika tingkat signifikan t hitung ≤ 0.025 maka Ho ditolak

Harga t hitung adalah mutlak, jadi tidak dilihat (+) atau (-) nya. Grafik pengujian hipotesis sebagai berikut:



Gambar 3.1 Uji Parsial

3.5.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent* (*Goodness of fit* suatu model). Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan *dependent* amat terbatas (Ghozali, 2006:87). Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan 1 variabel *independent*, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 , karena nilai tersebut dapat naik atau turun apabila terdapat penambahan variabel *independent* ditambahkan ke dalam model.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya PD BPR Bank Tegal Gotong Royong

PD Bank Pasar berdiri pada tanggal 13 Maret 1995. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 13 Tahun 2009, PD Bank Pasar berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Tegal Gotong Royong (PD BPR Bank TGR). Perubahan tersebut dalam rangka melaksanakan ketentuan dalam UU No. 7 Tahun 1992 yang disempurnakan dengan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang pelaksanaannya diatur melalui Peraturan Bank Indonesia.

PD BPR Bank Tegal Gotong Royong berkedudukan di Ibu Kota Kabupaten, berlokasi di Jl A.Yani no. 11 Kabupaten Tegal. PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dapat membuka kantor cabang dan atau unit pelayanan yang ditetapkan oleh Direksi dengan persetujuan Dewan Pengawas berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. PD BPR Bank Tegal Gotong Royong didirikan untuk jangka waktu tidak terbatas.

4.1.2 Visi dan Misi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong

Pembentukan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemerintahan daerah dengan mendorong perkembangan dan kemajuan UMKM dan memberikan optimalisasi yang menguntungkan kepada pemegang saham, Pegawai, Nasabah dan Pemerintah. Yang dituangkan dalam Visi dan misi PD BPR Bank TGR sebagai berikut :

1. Visi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong
Mitra Usaha Masyarakat yang Kuat dan Terpercaya.
2. Misi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong
 - a. Menjalankan dan memberikan pelayanan terbaik guna mendorong perkembangan dan kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

- b. Menjaga Tingkat Kesehatan Bank selalu dalam Posisi SEHAT.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada Pemegang Saham, Pegawai, Nasabah dan Pemerintah.
- d. Selalu mengikuti perkembangan Teknologi dan Informasi.

4.2 Fungsi Pokok, Wewenang, Tanggung Jawab dan Tugas

4.2.1 Dewan Pengawas

Dewan Pengawas mempunyai tugas menetapkan kebijaksanaan umum, melaksanakan pengawasan, pengendalian dan pembinaan terhadap PD BPR Bank TGR. Dewan Pengawas dalam melaksanakan tugas, fungsi dan wewenangnya bertanggungjawab kepada Bupati. Pertanggungjawaban Dewan Pengawas dilakukan secara tertulis yang ditandatangani oleh Ketua Dewan Pengawas. Adapun pembagian tugas masing-masing Anggota Dewan Pengawas, yaitu :

1. Ketua Dewan Pengawas :
 - a. Memimpin semua kegiatan anggota Dewan Pengawas;
 - b. Menyusun program kerja pelaksanaan tugas sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan Bupati;
 - c. Memimpin rapat Dewan Pengawas;
 - d. Menetapkan pembagian tugas para anggota Dewan Pengawas;
 - e. Membina dan meningkatkan tugas para anggota Dewan Pengawas.
2. Anggota Dewan Pengawas :
 - a. Membantu Ketua Dewan Pengawas dalam melaksanakan tugasnya menurut bidang yang telah ditetapkan oleh Ketua Dewan Pengawas;
 - b. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Ketua Dewan Pengawas.

4.2.2 Direksi

Pembagian tugas Direksi ditetapkan dengan keputusan Direksi atas persetujuan Dewan Pengawas. Direktur Utama PD BPR Bank TGR mempunyai tugas menyusun perencanaan dan melaksanakan tugas Direksi serta melakukan pembinaan dan pengendalian. Dalam melaksanakan tugas masing-masing Direksi

mempunyai kewenangan yang diatur dalam Peraturan Direksi dengan persetujuan dengan persetujuan Dewan Pengawas. Apabila semua anggota Direksi terpaksa tidak berada ditempat atau berhalangan lebih dari 6 (enam) hari kerja, Direksi menunjuk 1 (satu) orang atau 2 (dua) orang Pejabat Struktural sebagai pelaksanaan tugas.

4.2.3 Staf Ahli

Staf Ahli Direksi melaksanakan tugas-tugas yang diminta oleh Direksi sesuai dengan keahliannya. Staf Ahli Dewan Pengawas melaksanakan tugas yang diperintahkan oleh Dewan Pengawas sesuai dengan keahliannya.

4.2.4 SPI

Satuan Pengawas Internal (SPI) mempunyai tugas melakukan penilaian independan atas setiap kegiatan yang bertujuan untuk mendorong dipatuhinya setiap ketentuan yang ditetapkan oleh manajemen PD BPR Bank TGR. SPI juga bertugas dalam mendinamisasi untuk lebih berfungsinya pengawasan dengan memberikan saran-saran konstruktif dan protektif agar sasaran organisasi dapat tercapai dengan ekonomis, efisien dan efektif.

4.2.5 Bidang Umum

Tugas Bidang Umum adalah merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengevaluasi serta melaporkan penyelenggaraan kegiatan administrasi, hukum, organisasi dan tata laksana serta hubungan masyarakat, pengelolaan personalia, dan pengelolaan perlengkapan PD BPR Bank TGR.

Bidang umum terdiri dari Sub Bidang SDM dan Sekretariat dan Sub Bidang Perencanaan, Akuntansi, Pelaporan dan TI.

Tugas dari Sub Bidang SDM dan Sekretariat adalah merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan bidang kesekretariatan, pengelolaan personalia, hukum, organisasi dan tata laksana serta hubungan masyarakat, dan pengelolaan perlengkapan PD BPR Bank TGR serta tugas lain yang diberikan oleh atasannya.

Sedangkan tugas Sub Bidang Perencanaan, Akuntansi, Pelaporan dan TI adalah melakukan koordinasi, perencanaan, evaluasi, pemasukan data elektronik dan melaporkan kebijakan yang berhubungan dengan sistem teknologi informasi serta melakukan pengkoordinasikan kegiatan pemasukan, pengeluaran data dan melakukan penerimaan dan pembukuan dari cabang dan bidang lain.

4.2.6 Bidang Pemasaran

Bidang pemasaran mempunyai tugas melakukan usaha dan koordinasi pengembangan dana, pembinaan hubungan nasabah PD BPR Bank TGR, menjaga likuiditas Bank, serta melakukan segala kegiatan yang berhubungan dengan pemberian kredit, penagihan, pengadministrasian dan pemantauan kolektibilitas.

Bidang pemasaran terdiri atas Sub Bidang Kas dan Penghimpunan dana yang bertugas melakukan koordinasi kegiatan-kegiatan pemasukan dan pengeluaran uang serta koordinasi kegiatan-kegiatan pengerahan dana masyarakat. Dan Sub Bidang Pengawasan Kredit dan AO yang bertugas melakukan koordinasi kegiatan pengawasan penyakuran kredit, penyelamatan dan penyelesaian kredit bermasalah serta melakukan identifikasi dan seleksi calon nasabah.

4.3 Gambaran Singkat Mengenai Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 98 responden.

4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	52	53,06%
Perempuan	46	46,94%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel 4.4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 52 orang atau sebesar 53,06%, dan responden perempuan sebesar 46 responden atau sebesar 46,94%. Perbandingan jumlah responden laki-laki lebih banyak 6 orang dari responden perempuan. Hal ini berarti keduanya berpotensi menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai usia responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.2
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Prosentase
18-27 tahun	13	13,27%
28-37 tahun	25	25,51%
38-47 tahun	31	31,63%
≥48 tahun	29	29,59%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden berusia produktif sebesar 56 orang dari 98 responden. Sedangkan yang paling sedikit adalah nasabah pada usia 18-27 tahun sebesar 13 responden dan 29 responden berusia ≥48 tahun. Hal ini berarti selama periode penelitian, responden pada usia

produktif paling banyak menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

4.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
Pegawai Negeri	30	30,61%
TNI/Polri	9	9,19%
Pensiunan	5	5,10%
Pegawai Swasta	24	24,49%
Wiraswasta	23	23,47%
Lainnya	7	7,14%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas jumlah pegawai negeri yaitu 30 orang, pegawai swasta 24 orang, dan wiraswasta 23 orang. Sedangkan TNI/Polri sebesar 9 orang, lainnya 7 orang, dan pensiunan hanya 5 orang. Pada saat peneliti melakukan penelitian, Pegawai Negeri yang melakukan transaksi di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong merupakan Pegawai Negeri lingkungan Kabupaten Tegal yang lebih dominan. Paling sedikit adalah responden dengan pekerjaan pensiunan sebesar 5 orang, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pensiunan lebih memilih untuk bertransaksi pada BTPN yang memang khusus menangani tabungan pension.

4.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Data mengenai pendidikan responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.4

Pendidikan Responden

Pendidikan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
Pascasarjana (S2)	3	3,07%
Sarjana (S1)	30	30,61%
Akademi (Diploma)	16	16,32%
SMA	31	31,63%
SMP	14	14,28%
SD	4	4,09%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA yaitu sebesar 31 responden dan Sarjana (S1) sebesar 30 responden.

4.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan

Data mengenai penghasilan responden tiap bulan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.5

Penghasilan Responden

Penghasilan	Jumlah Responden	Prosentase
< 2 juta	42	42,85%
2-5 juta	53	54,08%
>5 juta	3	3,07%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas responden dominan dengan penghasilan 2-5 juta sebesar 53 orang. Responden dengan penghasilan < 2 juta sebesar 42 orang dan responden dengan penghasilah > 5 juta sebesar 3 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan masyarakat menengah kebawah.

4.3.6 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Data mengenai status marital responden tiap bulan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.6
Status Marital Responden

Status Marital	Jumlah Responden	Prosentase
Belum Menikah	8	8,17%
Menikah	84	85,71%
Janda/Duda	6	6,12%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel diatas diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang sudah menikah atau berkeluarga sebesar 84 responden atau 85,71%.

4.3.7 Identitas Responden Berdasarkan Lama Responden Menjadi Nasabah Tabungan Slawi Ayu

Data mengenai lama responden menjadi nasabah Tabungan Slawi Ayu dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.7
Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Prosentase
1-2 tahun	11	11,22%
2- 3 tahun	19	19,39%
> 3 tahun	68	69,39%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa responden dominan menjadi nasabah Tabungan Slawi Ayu lebih dari 3 tahun sebesar 68 responden atau 69,39%. Hal ini menunjukkan bahwa 68 responden telah loyal dengan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal.

4.3.8 Identitas Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal Dengan Bank

Data mengenai jarak tempat tinggal responden dengan Bank dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.8
Jarak Tempat Tinggal Dengan Bank

Jarak	Jumlah Responden	Prosentase
< 5 km	68	69,39%
≥ 5 km	30	30,61%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas responden dominan bertempat tinggal kurang dari 5 km dari PD BPR Bank Tegal Gotong Royong sebanyak 68 responden atau 69,39%. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih memilih bertransaksi pada bank yang jaraknya mudah dijangkau.

4.3.9 Identitas Responden Berdasarkan Transportasi

Data mengenai alat transportasi responden menuju Bank dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.9
Transportasi

Transportasi	Jumlah Responden	Prosentase
Jalan Kaki	8	8,17%
Kendaraan Umum	17	17,34%
Kendaraan Pribadi	73	74,49%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas mayoritas nasabah Tabungan Slawi Ayu menggunakan kendaraan pribadi untuk menuju PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal sebanyak 73 responden atau 73,49%.

4.3.10 Identitas Responden Berdasarkan Motif Menabung

Data mengenai motif menabung responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.10
Motif Menabung

Motif Menabung	Jumlah Responden	Prosentase
Jaminan Kredit	36	36,73%
Simpanan Masa Depan	43	43,88%
Lainnya	19	19,38%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel tersebut motif menabung responden sebagian besar adalah untuk simpanan masa depan sebesar 43 responden atau 43,88%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden sadar akan pentingnya menabung untuk kepentingan masa depan.

4.3.11 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Per Bulan

Data mengenai jumlah transaksi yang dilakukan oleh responden tiap bulannya dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.11
Jumlah Transaksi Per Bulan

Jumlah Transaksi	Jumlah Responden	Prosentase
1 Kali	35	35,71%
2 Kali	33	33,67%
>2 Kali	31	31,63%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari data diatas, frekuensi nasabah menabung per bulannya rata-rata hampir sama yaitu 35 responden (35,71%) melakukan transaksi 1 kali, 33 responden (33,67%) melakukan 2 kali transaksi, dan 31 responden (31,63%)

melakukan transaksi lebih dari 2 kali. Berdasarkan hasilnya, responden lebih banyak melakukan transaksi 1 kali saja perbulannya.

4.3.12 Rangkuman Profil Responden

Gambaran segmen responden PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3.12

Profil Responden Nasabah Tabungan Slawi Ayu

No	Identifikasi	Profil	Keterangan
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	Prosentase jumlah responden sebesar 53,06%.
2	Umur	38-47	Prosentase jumlah responden sebesar 32,65%.
3	Pekerjaan	Pegawai Negeri	Prosentase jumlah responden sebesar 30,61%.
4	Pendidikan	SMA	Prosentase jumlah responden sebesar 31,63%.
5	Penghasilan Tiap Bulan	2-5 juta	Prosentase jumlah responden sebesar 54,08%.
6	Status Marital	Menikah	Prosentase jumlah responden sebesar 85,71%.
7	Lama Menjadi Nasabah	>3 Tahun	Prosentase jumlah responden sebesar 69,39%.
8	Jarak Tempat Tinggal dengan Bank	<5 km	Prosentase jumlah responden sebesar 69,39%.
9	Transportasi	Kendaraan Pribadi	Prosentase jumlah responden sebesar 74,49%.
10	Motif Menabung	Simpanan Masa Depan	Prosentase jumlah responden sebesar 43,88%.
11	Jumlah Transaksi	1 Kali	Prosentase jumlah responden sebesar 35,71%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012.

4.4 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Analisis tabulasi silang pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom data untuk penyajian *crosstab* adalah data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2011:22). Berdasarkan identitas responden di atas dapat diketahui *crosstab*nya sebagai berikut:

4.4.1 Hasil *crosstab* antara Usia dengan Pendidikan

Tabel 4.4.1
Hasil *crosstab* antara Usia dengan Pekerjaan
Usia * PEKERJAAN Crosstabulation

Count

		PEKERJAAN					Total	
		PNS	TNI/Polri	Pegawai Swasta	Pensiunan	Wiraswasta		Lainnya
Usia	18 - 27	3	0	2	0	6	2	13
	28 - 37	9	1	8	0	6	1	25
	38 - 47	8	3	9	0	9	2	31
	≥ 48	9	5	4	5	4	2	29
Total		29	9	23	5	25	7	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden dengan usia 28-37 tahun bekerja sebagai Pegawai Negri sebesar 9 orang, responden dengan usia 38-47 9 orang sebagai Pegawai Swasta dan Wiraswasta, dan responden dengan usia ≥ 48 9 orang sebagai Pegawai Negri. Hal ini menunjukkan bahwa usia responden berusia produktif rata-rata pekerja sebagai Pegawai Negri, Pegawai Swasta, dan Wiraswasta.

4.4.2 Hasil *crosstab* antara Usia dengan Pendidikan

Tabel 4.4.2
Hasil *crosstab* antara Usia dengan Pendidikan

Usia * PENDIDIKAN Crosstabulation

Count		PENDIDIKAN					Total
		SD	SMP	SMA	Diploma	S1	
Usia	18 – 27	0	0	4	3	6	13
	28 – 37	1	3	6	4	11	25
	38 – 47	2	3	10	7	9	31
	≥ 48	1	8	12	1	7	29
	Total	4	14	32	15	33	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden yang berusia ≥ 48 dominan berpendidikan SMA sebesar 12 orang, hal ini kemungkinan dikarenakan masyarakat lingkungan kabupaten yang menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong rata-rata berpendidikan SMA.

4.4.3 Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Penghasilan

Tabel 4.4.3
Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Penghasilan

PEKERJAAN * PENGHASILAN Crosstabulation

Count		PENGHASILAN			Total
		< 2 Juta	2 - 5 Juta	> 5 Juta	
PEKERJAAN	PNS	7	22	0	29
	TNI/Polri	6	3	0	9
	Pegawai Swasta	6	16	1	23
	Pensiunan	4	0	1	5
	Wiraswasta	13	10	2	25
	Lainnya	6	1	0	7
	Total	42	52	4	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, dominan responden yang berpenghasilan 2 - 5 juta adalah Pegawai Negeri sebesar 22 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai negeri mempunyai penghasilan yang cukup untuk ditabung.

4.4.4 Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Lama Menjadi Nasabah

Table 4.4.4

Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Lama Menjadi Nasabah

PEKERJAAN * LAMA MENJADI NASABAH Crosstabulation

Count

		LAMA MENJADI NASABAH			Total
		1 - 2 Tahun	2 - 3 Tahun	> 3 Tahun	
PEKERJAAN	PNS	3	6	20	29
	TNI/Polri	0	1	8	9
	Pegawai Swasta	2	4	17	23
	Pensiunan	1	1	3	5
	Wiraswasta	5	6	14	25
	Lainnya	0	1	6	7
	Total	11	19	68	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden yang telah menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal lebih dari 3 tahun adalah Pegawai Negeri yaitu 20 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Pegawai Negeri yang menjadi nasabah di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal telah loyal.

4.4.5 Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Jumlah transaksi per bulan

Tabel 4.4.5

Hasil *crosstab* antara Pekerjaan dengan Jumlah transaksi per bulan

PEKERJAAN * JML TRANSAKSI Crosstabulation

Count

		JML TRANSAKSI			Total
		1 Kali	2 Kali	> 2 Kali	
PEKERJAAN	PNS	10	8	11	29
	TNI/Polri	2	5	2	9
	Pegawai Swasta	8	8	7	23
	Pensiunan	3	1	1	5
	Wiraswasta	8	8	9	25
	Lainnya	3	1	3	7
	Total	34	31	33	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden yang melakukan transaksi lebih dari 2 kali tiap bulannya adalah Pegawai Negri sebesar 11 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Pegawai Negri merupakan responden yang potensial untuk melakukan transaksi.

4.4.6 Hasil *crosstab* antara Status Marital dengan Motif menabung

Tabel 4.4.6
Hasil *crosstab* antara Status Marital dengan Motif menabung

STATUS * MOTIF MENABUNG Crosstabulation

Count

		MOTIF MENABUNG			Total
		Jaminan kredit	Simpanan masa depan	Lainnya	
STATUS	Belum menikah	1	6	1	8
	Menikah	35	37	12	84
	Janda	0	0	3	3
	Duda	1	0	2	3
	Total	37	43	18	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden dengan status marital menikah menabung untuk simpanan masa depan sebesar 37 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang sudah menikah atau berkeluarga sadar akan pentingnya menabung untuk masa depan.

4.4.7 Hasil *crosstab* antara Jarak dengan Transportasi

Tabel 4.4.7
Hasil *crosstab* antara Jarak dengan Transportasi

JARAK * TRANSPORTASI Crosstabulation

		TRANSPORTASI			Total
		Jalan Kaki	Kendaraan pribadi	Kendaraan umum	
JARAK	< 5 Km	7	47	16	70
	> 5 km	1	26	1	28
	Total	8	73	17	98

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan hasil diatas, responden yang menggunakan kendaraan pribadi jarak tempuh antara rumah dengan bank kurang dari 5 km. Hal ini menunjukkan

bahwa nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dominan adalah masyarakat sekitar bank.

4.5 Distribusi Jawaban Responden

4.5.1 Tanggapan Responden Terhadap *Reliability*

Pendapat responden tentang *reliability* nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.1 berikut ini:

Tabel 4.5.1
Tanggapan Responden Terhadap *Reliability*

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5	4	3	2	1	
			SS	S	N	TS	STS	
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas.	Jml	16	66	12	4	0	98
		%	16,33	67,35	12,24	4,08	0,00	100
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong melakukan pencatatan transaksi dengan teliti.	Jml	20	54	23	1	0	98
		%	20,41	55,10	23,47	1,02	0,00	100
3.	Saya percaya dengan pelayanan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.	Jml	20	52	26	0	0	98
		%	20,41	53,06	26,53	0,00	0,00	100
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dalam memenuhi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	Jml	15	62	20	1	0	98
		%	15,31	63,26	20,41	1,02	0,00	100
Total			71	234	81	6	0	392
Rata-rata			17,75	58,50	20,25	1,50	0	98
Prosentase			18,11	56,69	20,66	1,54	0	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel *reliability* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan bahwa karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas menunjukkan bahwa 82 responden (82,68%) cenderung setuju dan 16 responden (16,32%) cenderung tidak setuju. Dari jawaban responden yang cenderung tidak setuju, 12 responden menyatakan netral dan 14 responden menyatakan tidak setuju.
- b. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong melakukan pencatatan transaksi dengan teliti menunjukkan bahwa 74 responden (75,51%) cenderung menjawab setuju dan 24 responden (24,49%) cenderung tidak setuju . Hal ini menunjukkan bahwa dari 98 responden ada 24 responden yang tidak mempercayai bahwa karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong melakukan pencatatan transaksi dengan teliti karena jawabannya yang netral dan tidak setuju.
- c. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan bahwa nasabah percaya dengan pelayanan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong menunjukkan 72 responden (73,47%) menyatakan setuju dan 26 responden (26,53%) cenderung tidak setuju karena menyatakan netral pada pernyataan yang peneliti ajukan.
- d. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dalam memenuhi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan menunjukkan 77 responden (78,58%) cenderung setuju dan 21 responden (21,42%) cenderung tidak setuju dengan 20 jawaban netral dan 1 jawaban tidak setuju.
- e. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden cenderung menyatakan setuju terhadap seluruh indikator variabel *reliability*, hanya saja masih banyak jawaban netral yang artinya cenderung tidak setuju dengan pernyataan yang peneliti ajukan.hal ini

menunjukkan bahwa manajemen PD BPR Bank Tegal Gotong Royong harus lebih handal dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

4.5.2 Tanggapan Responden Terhadap *Responsiveness*

Pendapat responden tentang *responsiveness* nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.2 berikut ini:

Tabel 4.5.2

Tanggapan Responden Terhadap *Responsiveness*

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5	4	3	2	1	
			SS	S	N	TS	STS	
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu melayani nasabah dengan cepat.	Jml	7	58	25	7	1	98
		%	7,14	59,18	25,52	7,14	1,02	100
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersedia membantu nasabah.	Jml	7	61	27	3	0	98
		%	7,14	62,25	27,55	3,01	0,00	100
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu meluangkan waktunya untuk memenuhi permintaan nasabah.	Jml	11	64	19	4	0	98
		%	11,22	65,31	19,35	4,08	0,00	100
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tidak membiarkan nasabahnya menunggu lama dalam bertransaksi.	Jml	13	57	21	6	1	98
		%	13,27	58,16	21,43	6,12	1,02	100
Total			38	240	92	20	2	392
Rata-rata			9,5	60	23	5	0,5	98
Prosentase			9,69	61,22	23,48	5,10	0,51	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel *reponsiveness* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan bahwa karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu melayani nasabah dengan cepat menunjukkan bahwa 65 responden (66,32%) cenderung setuju dan 33 responden (33,68%) cenderung tidak setuju. Pada jawaban responden yang menyatakan cenderung tidak setuju, 25 diantaranya menjawab netral, 7 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Jawaban dari 98 responden dengan pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersedia membantu nasabah yaitu 68 responden (69,39%) cenderung setuju dan 30 responden (30,61%) cenderung tidak setuju. Jawaban netral mendominasi pernyataan responden yang cenderung tidak setuju.
- c. Jawaban dari 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu meluangkan waktunya untuk memenuhi permintaan nasabah yaitu 75 responden (76,53%) cenderung setuju dan 23 responden (23,47%) cenderung tidak setuju. Jawaban responden masih banyak yang menyatakan cenderung tidak setuju, dilihat dari 27 jawaban netral dan 3 jawaban tidak setuju.
- d. Jawaban dari 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tidak membiarkan nasabahnya menunggu lama dalam bertransaksi adalah 70 (71,42%) responden cenderung setuju dan 28 responden (28,58%) cenderung tidak setuju. Pada pernyataan tersebut masih ada responden yang menyatakan netral sebesar 19 responden dan 4 responden menyatakan tidak setuju.
- e. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden cenderung menyatakan setuju terhadap seluruh indikator variabel *responsiveness*, tapi masih banyak responden yang menyatakan netral,

tidak setuju, dan sangat tidak setuju. hal ini menunjukkan bahwa karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong belum dinilai tanggap dalam melayani dan menerima keluhan dari nasabah walaupun sebagian besar menyatakan setuju dengan pernyataan-pernyataan yang peneliti ajukan.

4.5.3 Tanggapan Responden Terhadap Assurance

Pendapat responden tentang assurance nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.3 berikut ini:

Tabel 4.5.3
Tanggapan Responden Terhadap Assurance

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5 SS	4 S	3 N	2 TS	1 STS	
1.	Saya merasa aman mempercayakan dana dengan menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.	Jml	12	71	15	0	0	98
		%	12,24	72,45	15,31	0,00	0,00	100
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong adalah karyawan yang profesional.	Jml	13	54	28	3	0	98
		%	13,27	55,10	28,57	3,06	0,00	100
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersikap sopan dalam melayani nasabah.	Jml	17	63	17	1	0	98
		%	17,35	64,28	18,35	1,02	0,00	100
4.	Saya percaya PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu memberikan jaminan keamanan dana.	Jml	17	64	16	1	0	98
		%	17,35	65,31	16,32	1,02	0,00	100
Total			59	252	76	5	0	392
Rata-rata			14,75	63	19	1,25	0,00	98
Prosentase			15,05	64,28	19,39	1,28	0,00	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel *assurance* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan nasabah merasa aman mempercayakan dana dengan menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong yaitu 83 responden (84,70%) cenderung setuju dan 15 responden (15,30%) menjawab netral yang artinya cenderung tidak setuju.
- b. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong adalah karyawan yang profesional yaitu 67 responden (68,37%) cenderung setuju dan 31 responden (31,68%) cenderung tidak setuju. Hal ini menunjukkan masih banyak responden yang menjawab netral sebesar 28 responden dan 3 responden menyatakan tidak setuju.
- c. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersikap sopan dalam melayani nasabah yaitu 80 responden (81,63%) cenderung setuju dan 18 responden (18,37%) cenderung tidak setuju, dimana jawaban netral sebesar 17 dan 1 responden menjawab tidak setuju.
- d. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan nasabah percaya PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu memberikan jaminan keamanan dana yaitu 81 (82,65%) responden cenderung setuju dan 17 responden (17,35%) cenderung tidak setuju. Dalam pernyataan ini masih ada responden yang jawaban netral sebesar 16 responden dan 1 responden menyatakan tidak setuju.
- e. Kesimpulan dari hasil diatas yaitu bahwa sebagian besar responden cenderung menyatakan setuju terhadap seluruh indikator variabel *assurance*, tapi masih banyak responden yang menjawab cenderung tidak setuju, ini menunjukkan bahwa PD BPR Bank Tegal Gotong Royong belum sepenuhnya memberikan jaminan dan rasa aman kepada nasabah.

4.5.4 Tanggapan Responden Terhadap *Empathy*

Pendapat responden tentang *empathy* nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.4 berikut ini:

Tabel 4.5.4
Tanggapan Responden Terhadap *Empathy*

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5	4	3	2	1	
			SS	S	N	TS	STS	
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersedia memberikan perhatian secara individual kepada nasabah.	Jml	6	60	24	8	0	98
		%	6,12	61,23	24,49	8,16	0,00	100
2.	Waktu operasional (jam kerja) PD BPR Bank Tegal Gotong Royong sesuai dengan kebutuhan nasabah.	Jml	13	49	27	9	0	98
		%	13,27	50	27,55	9,18	0,00	100
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu mengutamakan kepentingan nasabah.	Jml	15	64	16	1	0	98
		%	17,34	65,31	16,33	1,02	0,00	100
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memahami kebutuhan nasabah.	Jml	12	66	18	2	0	98
		%	12,24	67,35	18,37	2,04	0,00	100
Total			48	239	85	20	0	392
Rata-rata			12	58,75	21,25	5	0	98
Prosentase			12,24	60,98	21,68	5,10	0,00	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel *empathy* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersedia memberikan perhatian secara individual kepada nasabah yaitu 66 responden (67,35%) cenderung setuju dan 32 responden (32,65%) cenderung tidak setuju. Pada pernyataan ini, masih banyak responden yang menyatakan cenderung tidak setuju, dapat dilihat pada banyaknya jawaban netral yaitu 24, dan 8 responden menyatakan tidak setuju.
- b. Dari 98 responden 62 responden (63,27%) cenderung setuju dan 36 responden (36,73%) cenderung tidak setuju atas pernyataan waktu operasional (jam kerja) PD BPR Bank Tegal Gotong Royong sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dari jawaban responden yang cenderung tidak setuju, 27 responden menyatakan netral dan 9 responden menyatakan tidak setuju.
- c. Dari pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu mengutamakan kepentingan nasabah, 81 responden (82,65%) cenderung setuju dan 17 responden (17,35%) responden cenderung tidak setuju. Dari 98 responden, masih banyak nasabah yang cenderung tidak setuju dengan pernyataan yang peneliti ajukan, dapat dilihat 16 responden menyatakan netral dan 1 responden menyatakan tidak setuju.
- d. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memahami kebutuhan nasabah yaitu 78 responden (79,60%) cenderung setuju dan 20 responden (20,40%) cenderung tidak setuju. Jawaban cenderung tidak setuju dari responden masih banyak, diantaranya 18 responden menyatakan netral dan 2 responden menjawab tidak setuju.
- e. Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden cenderung menyatakan setuju terhadap seluruh indikator variabel *empathy*, walaupun masih banyak pernyataan yang cenderung tidak setuju yang harus diperhatikan oleh bank. Karena apabila 1 responden saja yang

menjawab cenderung tidak setuju akan sangat berpengaruh pada kinerja karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.

4.5.5 Tanggapan Responden Terhadap *Tangibles*

Pendapat responden tentang *tangibles* nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.5 berikut ini:

Tabel 4.5.5

Tanggapan Responden Terhadap *Tangibles*

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5 SS	4 S	3 N	2 TS	1 STS	
1.	Peralatan dan Teknologi penunjang bertransaksi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tersedia dengan baik.	Jml	1	29	37	31	2	98
		%	1,02	29,59	37,76	31,63	2,04	100
2.	Kondisi gedung PD BPR Bank Tegal Gotong Royong nyaman.	Jml	8	69	17	4	0	98
		%	8,16	70,41	17,35	4,08	0,00	100
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong berpenampilan rapi.	Jml	7	69	22	0	0	98
		%	7,14	70,41	22,45	0,00	0,00	100
4.	Lokasi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.	Jml	21	63	14	0	0	98
		%	21,43	64,28	14,29	0,00	0,00	100
Total			37	230	90	35	0	392
Rata-rata			9,25	57,5	22,5	8,75	0	98
Prosentase			9,44	58,67	22,96	8,93	0,00	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel *tangibles* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan peralatan dan teknologi penunjang bertransaksi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tersedia dengan baik yaitu 68 responden (69,39%) cenderung tidak setuju dan 30 responden (30,61%) cenderung setuju. Pada pernyataan ini, 37 responden menjawab netral, 31 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Dari pernyataan kondisi gedung PD BPR Bank Tegal Gotong Royong nyaman, 77 responden (78,58%) cenderung setuju dan 21 responden (22,45%) cenderung tidak setuju. Responden yang menyatakan cenderung tidak setuju, 17 diantaranya menjawab netral dan 4 responden menjawab tidak setuju.
- c. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong berpenampilan rapi yaitu 76 responden (77,55%) cenderung setuju dan 22 responden (22,45%) cenderung tidak setuju. Hal ini dapat dilihat bahwa masih banyak nasabah yang cenderung tidak setuju dengan pernyataan ini, terbukti ada 22 responden yang menyatakan netral atas pernyataan yang peneliti ajukan.
- d. Dari jawaban 98 responden atas pernyataan lokasi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum yaitu 84 responden (85,71%) cenderung setuju, dan 14 responden (14,29%) cenderung tidak setuju dimana semuanya menyatakan netral atas pernyataan yang peneliti ajukan.
- e. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kondisi gedung, penampilan karyawan, maupun lokasi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong sudah cukup baik. Namun sebagian besar responden cenderung kurang puas dengan peralatan dan teknologi penunjang transaksi di PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.

4.5.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

Pendapat responden tentang kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal tersebut dijelaskan dalam tabel 4.4.6 berikut ini :

Tabel 4.5.6
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

No.	Indikator	Skor	Tanggapan Responden					Jml
			5 SS	4 S	3 N	2 TS	1 STS	
1.	Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan oleh PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.	Jml	8	79	11	0	0	98
		%	8,16	80,62	11,22	0,00	0,00	100
2.	Nasabah mau merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong.	Jml	8	56	30	4	0	98
		%	8,16	57,14	30,62	4,08	0,00	100
3.	Nasabah bersedia untuk terus menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.	Jml	12	60	23	3	0	98
		%	12,24	61,22	23,47	3,07	0,00	100
4.	Nasabah merasa puas selama menjalin hubungan baik dengan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.	Jml	13	72	11	2	0	98
		%	13,27	73,47	11,22	2,04	0,00	100
Total			41	267	75	9	0	392
Rata-rata			10,25	66,75	18,75	2,25	0	98
Prosentase			10,46	68,11	19,13	2,30	0,00	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pendapat dari 98 responden terhadap variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dari jawaban 98 responden mengenai pernyataan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan oleh PD BPR Bank Tegal Gotong Royong yaitu 87 responden (88,78%) cenderung setuju dan 11 responden (11,22%) cenderung tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dari 98 responden masih ada responden yang cenderung tidak setuju yaitu dengan adanya 11 responden yang menjawab netral walaupun sebagian besar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan oleh PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.
- b. Dari 98 jawaban responden mengenai pernyataan nasabah mau merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong Royong yaitu 64 responden (65,30%) cenderung setuju dan 34 responden (34,70%) cenderung tidak setuju karena masih banyak jawaban netral yaitu 30 dan 4 responden menyatakan tidak setuju.
- c. Dari pernyataan nasabah bersedia untuk terus menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong Royong 72 responden (73,47%) cenderung setuju. 26 responden (26,53%) cenderung tidak setuju, hal ini ditunjukkan dengan 23 responden yang menyatakan netral dan 3 responden menyatakan tidak setuju.
- d. Dari 98 jawaban responden mengenai pernyataan nasabah merasa puas selama menjalin hubungan baik dengan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong yaitu 85 responden (86,73%) cenderung setuju dan 13 responden (13,27%) cenderung tidak setuju karena 11 responden menjawab netral dan 2 responden menjawab tidak setuju.
- e. Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap seluruh indikator variabel kepuasan nasabah, tapi masih banyak jawaban yang mengarah cenderung tidak setuju dengan adanya jawaban netral dan tidak setuju. Hal ini menunjukkan sebagian besar nasabah belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.

4.6 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah/valid tidak suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:49). Dari hasil perhitungan uji validitas dengan menggunakan program SPSS For Windows Ver 17.0 diperoleh hasil yang valid apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan atas 24 item pertanyaan dari 98 responden.

4.6.1 Uji Validitas *Reliability*

Variabel *reliability* terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.1 berikut ini:

Tabel 4.6.1
Hasil Uji Validitas *Reliability*

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,631	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,700	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,701	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,707	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 4 yaitu sebesar 0,707 dan pernyataan 1 terendah yaitu sebesar 0,631. Seluruh pernyataan dari variabel *reliability* menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.6.2 Uji Validitas *Responsiveness*

Variabel *responsiveness* terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.2 berikut ini:

Tabel 4.6.2
Hasil Uji Validitas *Responsiveness*

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,787	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,712	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,639	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,645	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 1 yaitu sebesar 0,787 dan pernyataan 3 terendah yaitu sebesar 0,639. Seluruh pernyataan dari variabel *responsiveness* menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.6.3 Uji Validitas *Assurance*

Variabel *assurance* terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.3 berikut ini:

Tabel 4.6.3
Hasil Uji Validitas Assurance

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,691	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,669	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,703	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,693	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 3 yaitu sebesar 0,703 dan pernyataan 2 terendah yaitu sebesar 0,669. Seluruh pernyataan dari variabel *assurance* menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.6.4 Uji Validitas *Empathy*

Variabel *empathy* terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.4 berikut ini:

Tabel 4.6.4
Hasil Uji Validitas Empathy

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,717	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,760	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,723	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,577	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 2 yaitu sebesar 0,760 dan pernyataan 4 terendah yaitu

sebesar 0,577. Seluruh pernyataan dari variabel *empathy* menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.6.5 Uji Validitas *Tangibles*

Variabel *responsiveness* terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.5 berikut ini:

Tabel 4.6.5
Hasil Uji Validitas *Tangibles*

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,752	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,760	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,529	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,713	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 2 yaitu sebesar 0,760 dan pernyataan 3 terendah yaitu sebesar 0,529. Seluruh pernyataan dari variabel *tangibles* menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.6.6 Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.5.6 berikut ini:

Tabel 4.6.6

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,667	0,000	Valid
2.	Pernyataan 2	0,755	0,000	Valid
3.	Pernyataan 3	0,760	0,000	Valid
4.	Pernyataan 4	0,716	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari uji hasil validitas di atas, dapat diketahui bahwa *pearson correlation* tertinggi adalah pernyataan 3 yaitu sebesar 0,760 dan pernyataan 1 terendah yaitu sebesar 0,667. Seluruh pernyataan dari variabel kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang valid, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

4.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:45). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* >0,60. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,622	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,648	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,633	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,646	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0,638	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,703	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa variabel yang memiliki *Cronbach's Alpha* terbesar adalah Kepuasan Nasabah yaitu sebesar 0,703 sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* terendah adalah *Reliability* sebesar 0,622.

4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian dengan tujuan untuk menguji atau menganalisa pengaruh antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS for Windows Ver 17.0, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.708	1.326		-.534	.595
Reliability	.151	.070	.160	2.167	.033
Responsiveness	.253	.065	.292	3.911	.000
Assurance	.250	.076	.246	3.295	.001
Empathy	.220	.066	.247	3.317	.001
Tangibles	.184	.067	.190	2.723	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,708 + 0,151 (X_1) + 0,253 (X_2) + 0,250 (X_3) + 0,220 (X_4) + 0,184 (X_5)$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar -0,708 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel independen yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu menurun sebesar -0,708.
- b. b_1 = nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,151 positif artinya bahwa apabila nilai *reliability* meningkat satu satuan maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu akan mengalami kenaikan sebesar 0,151, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pernyataan pada variabel *reliability* yaitu 77,80% cenderung setuju dan 22,20% cenderung tidak setuju. Nasabah akan semakin puas apabila bank dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor kehandalan kualitas pelayanannya.
- c. b_2 = nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,253 positif artinya bahwa apabila variabel *responsiveness* naik satu satuan maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu akan mengalami kenaikan sebesar 0,253, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pernyataan pada variabel *responsiveness* yaitu 70,91% cenderung setuju dan 29,09% cenderung tidak setuju. Nasabah akan semakin puas apabila bank dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor daya tanggap karyawan atas kebutuhan dan keluhan nasabahnya.
- d. b_3 = nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,250 positif artinya bahwa apabila variabel *assurance* naik satu satuan maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu akan mengalami kenaikan sebesar 0,250, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pernyataan pada variabel *assurance* yaitu 79,33% cenderung setuju dan 20,67% cenderung tidak setuju. Nasabah akan semakin puas apabila bank dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor jaminan yang akan

meyakinkan nasabah untuk tetap mempercayakan pengelolaan dananya pada bank tersebut.

- e. b_4 = nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,220 positif artinya bahwa apabila variabel *empathy* naik satu satuan maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu akan mengalami kenaikan sebesar 0,220, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pernyataan pada variabel *empathy* yaitu 73,21% cenderung setuju dan 26,79% cenderung tidak setuju. Nasabah akan semakin puas apabila bank dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor empati karyawan dalam melayani nasabah.
- f. b_5 = nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,184 positif artinya bahwa apabila variabel *tangibles* naik satu satuan maka kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu akan mengalami kenaikan sebesar 0,184, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pernyataan pada variabel *tangibles* yaitu 68,11% cenderung setuju dan 31,89% cenderung tidak setuju. Nasabah akan semakin puas apabila bank dapat mempertahankan bahkan meningkatkan faktor penunjang dalam membuat nasabah nyaman dengan fasilitas dan kondisi fisik bank.

4.9 Pengujian Hipotesis

4.9.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), dan *tangibles* (X_5) secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.

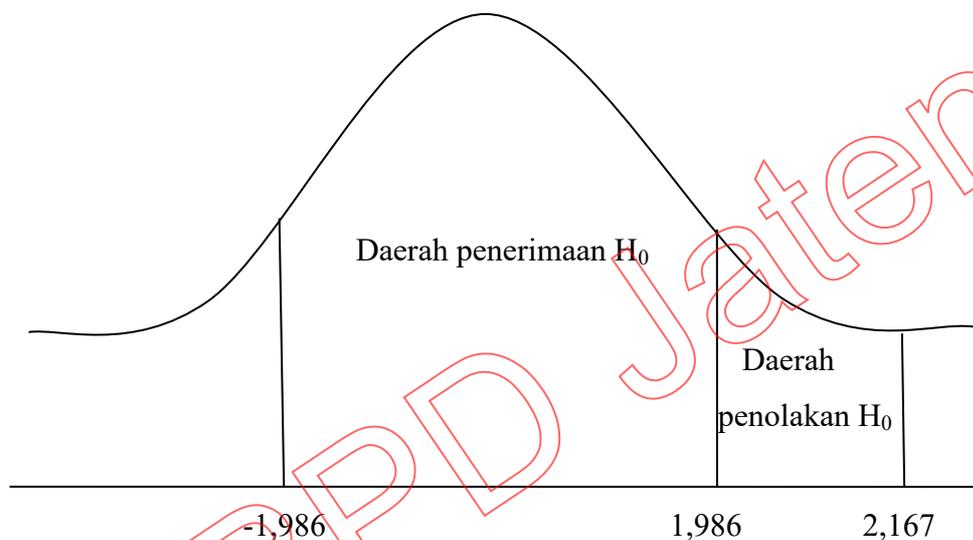
Berikut adalah hasil uji statistik dengan menggunakan program *SPSS for Windows Ver 17.0*.

4.9.1.1 Uji t Variabel *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel *reliability* diperoleh t hitung sebesar $2,167 > t$ tabel (taraf signifikansi 5%, $df = n - k = 98 - 5 = 93$) sebesar 1,986 dan nilai probabilitas $0,033 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara *reliability* terhadap

kepuasan nasabah. Menurut Kasmir (2004:68) *reliability* yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004).

Gambar 4.1
Uji t Variabel *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah

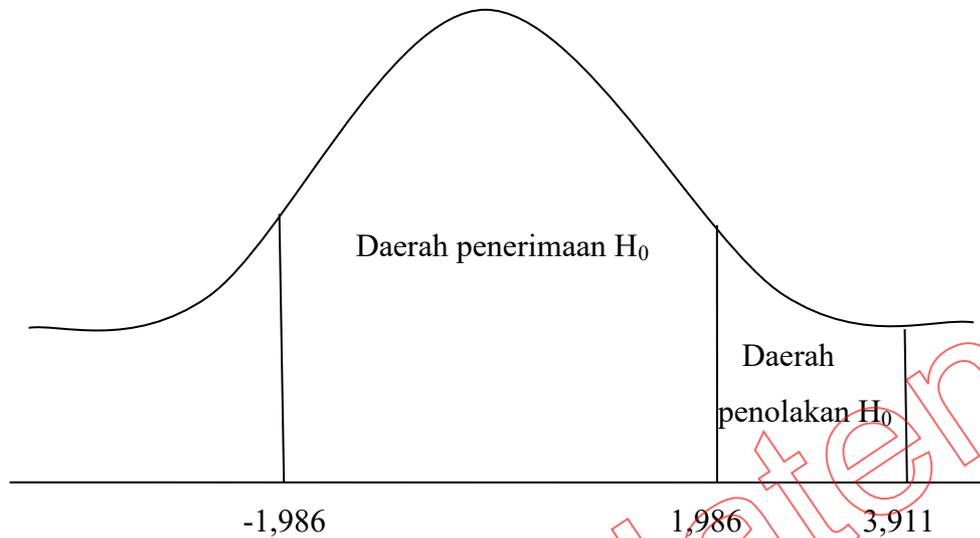


Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.9.1.2 Uji t Variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel *responsiveness* diperoleh t hitung sebesar $3,911 > t$ tabel (taraf signifikansi 5%, $df = n - k = 98 - 5 = 93$) sebesar 1,986 dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Kasmir (2004:67) berpendapat bahwa *responsiveness* yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004).

Gambar 4.2
Uji t Variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah

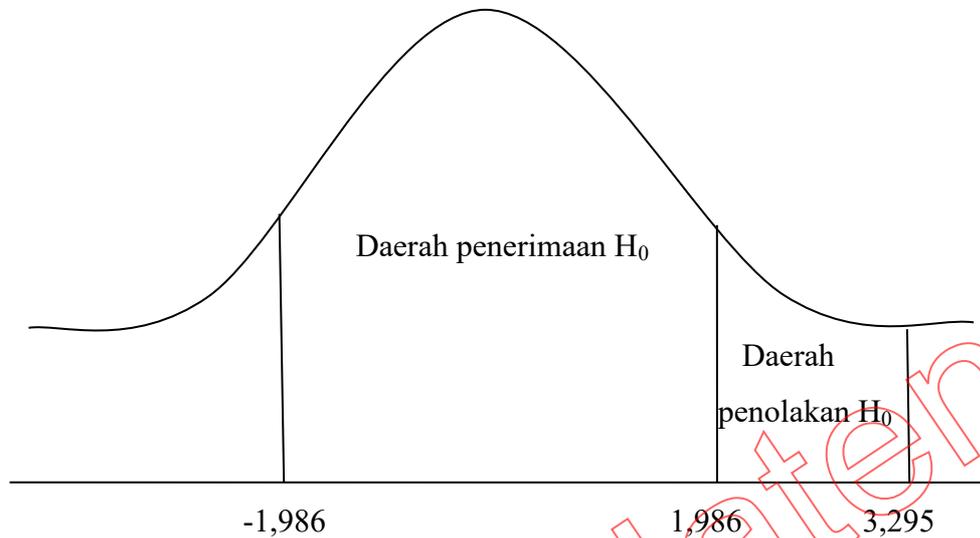


Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.9.1.3 Uji t Variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel *assurance* diperoleh t hitung sebesar $3,295 > t$ tabel (taraf signifikansi 5%, $df = n - k = 98 - 5 = 93$) sebesar 1,986 dan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Menurut Philip Kotler (2005:123), *assurance* adalah kemampuan melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan oleh karyawan kepada nasabah secara meyakinkan dan akurat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004).

Gambar 4.3
Uji t Variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah

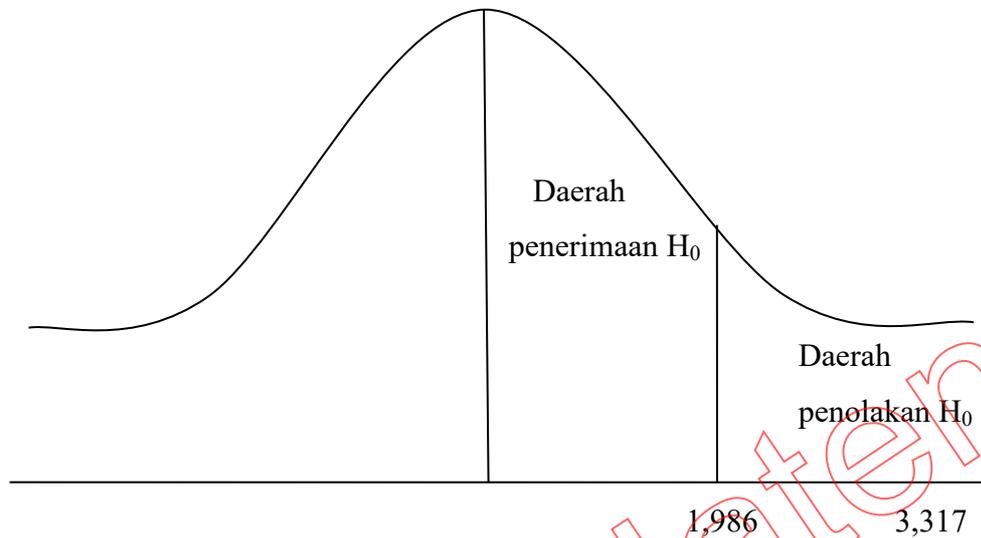


Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.9.1.4 Uji t Variabel *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel *empathy* diperoleh t hitung sebesar $3,317 > t$ tabel (taraf signifikansi 5%, $df = n - k = 98 - 5 = 93$) sebesar 1,986 dan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah. *Empathy* merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010), Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004), dan Juzan Tri Hartanto (2010).

Gambar 4.4
Uji t Variabel *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah

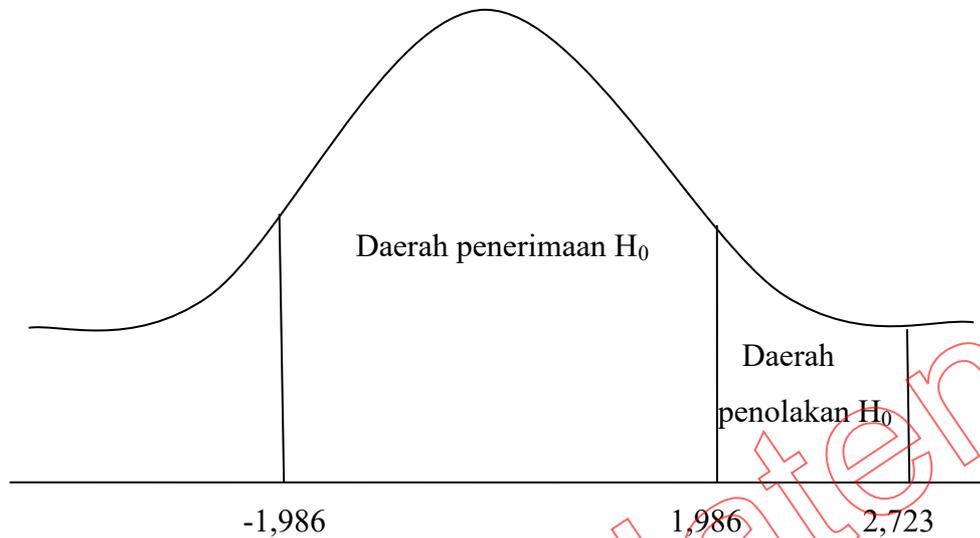


Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.9.1.5 Uji t Variabel *Tangibles* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel *tangibles* diperoleh t hitung sebesar $2,723 > t$ tabel (taraf signifikansi 5%, $df = n - k = 98 - 5 = 93$) sebesar 1,986 dan nilai probabilitas $0,008 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara *tangibles* terhadap kepuasan nasabah. *Tangibles* merupakan kemampuan suatu bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Rambat Lupiyoadi, 2006:182). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) dan Anggit Utami dan Y. Anni Aryani (2004).

Gambar 4.5
Uji t Variabel *Tangibles* terhadap Kepuasan Nasabah



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.10 Uji Kelaikan Model

4.10.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), dan *tangibles* (X_5) secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi $<0,05$. Apabila signifikansi $>0,05$ maka hipotesis ditolak. Sebaliknya, jika signifikansi $<0,05$ maka hipotesis diterima. Pengujian kemaknaan pengaruh variabel bebas secara simultan dilakukan dengan uji F dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10.1

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183.558	5	36.712	31.610	.000 ^a
	Residual	106.850	92	1.161		
	Total	290.408	97			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Empathy

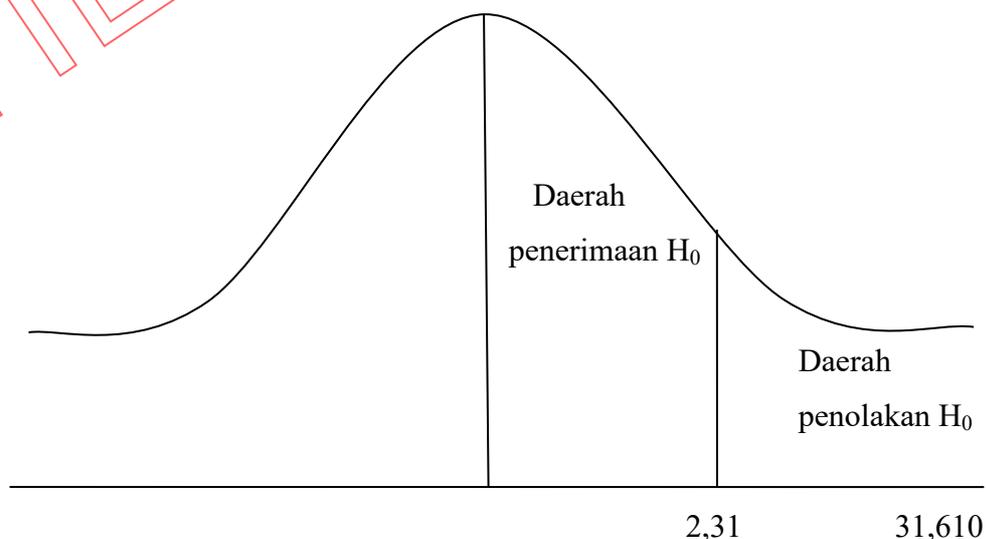
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer yang diolah 2012

Berdasarkan tabel 4.8.2 menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh dari nilai F hitung sebesar 31,610 > F tabel ($df_1 = 5 - 1 = 4$, $df_2 = n - k - 1 = 98 - 1 - 1 = 92$) sebesar 2,31 dan angka probabilitas $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak artinya *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Gambar 4.6

Uji F Pengaruh Variabel *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles* Terhadap Kepuasan Nasabah



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 4. 10.2
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.612	1.078

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Empathy

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R²*) adalah 0,612 artinya 61,2% variasi dari semua variabel bebas (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) dapat menerangkan variabel terikat (kepuasan nasabah). Sedangkan sisanya ($100\% - 61,2\% = 38,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti kepercayaan dan kualitas produk.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil positif (0,151) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah diperoleh hasil yang signifikan. Sehingga hipotesis pertama diterima.
2. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil positif (0,253) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah diperoleh hasil yang signifikan. Sehingga hipotesis kedua diterima.
3. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil positif (0,250) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah diperoleh hasil yang signifikan. Sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil positif (0,220) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah diperoleh hasil yang signifikan. Sehingga hipotesis keempat diterima.
5. *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Slawi Ayu. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan hasil positif (0,184) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t

antara *tangibles* terhadap kepuasan nasabah diperoleh hasil yang signifikan. Sehingga hipotesis kelima diterima.

6. Nilai F hitung sebesar 31,610, taraf signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu secara bersama-sama.
7. Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R²*) adalah 0,612 artinya 61,2% variasi dari semua variabel bebas (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*) dapat menerangkan variabel terikat (kepuasan nasabah), Sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti kualitas produk dan kepercayaan.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah, maka keterbatasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seluruh variabel independen hanya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan nasabah sebesar 61,2%. Dan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk dan kepercayaan.
2. Informasi yang diberikan responden melalui kuesioner dimungkinkan adanya bias dan tidak menunjukkan kondisi responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena tidak semua responden mendapatkan penjelasan secara mendetail dari peneliti tentang setiap butir pernyataan dalam kuesioner sehingga kemampuan nasabah dalam memahami kuesioner tidak sama, meskipun kuesioner tersebut telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Terhadap Obyek Penelitian

Disarankan pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong untuk meningkatkan teknologi penunjang transaksi dan tetap mempertahankan

kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah agar nasabah merasa puas bahkan loyal kepada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.

3.5.2 Saran Terhadap Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya seperti kualitas produk dan kepercayaan.

5.4 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah, maka implikasi manajerial dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Semakin tinggi tingkat keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada nasabah, maka nasabah akan semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Semakin baik daya tanggap karyawan dalam melayani kebutuhan dan keluhan nasabah, maka nasabah akan merasa semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Semakin baik kemampuan bank dalam memberikan jaminan atau rasa aman terhadap nasabahnya, maka nasabah akan semakin yakin untuk mempercayakannya kepada bank tersebut dan terciptalah kepuasan.
4. Semakin baik karyawan dalam memberikan pelayanan dan perhatian secara personal terhadap nasabah, maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
5. Semakin tinggi kemampuan bank dalam memberikan fasilitas yang baik sehingga nasabah akan merasa dimudahkan dalam melakukan transaksi, maka akan terciptalah kepuasan terhadap nasabahtersebut.
6. Apabila seluruh variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara bersama-sama diberikan kepada nasabah, maka akan tercipta kepuasan terhadap nasabah bahkan akan tercipta loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Dama, Hais (2010), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo, Inovasi, No.2, Vol. 7.*
- Ghozali, Imam (2006), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Infobank 2005
- Kasmir (2002), *Dasar-dasar Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir (2003), *Manajemen Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir (2004), *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketigabelas Jilid Satu, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid Kedua, Prhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Sebelas, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono (2002), *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, BPFE, Yogyakarta.
- Lovelock, Christopher H dan Wright, Laurent K. (2005), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Dua, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1995), *Metode Penelitian Survei*, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- M.N. Nasution (2004), *Manajemen Jasa Terpadu*, Ghalia Indonesia, Bogor.

- Sekaran, Uma (2006), *Research Methods for Business*, Edisi Empat, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta.
- Sigit & Totok (2006), *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono (2004), *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2006), *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Subiyanto, Ibnu (2000), *Metode Penelitian Manajemen dan Akuntansi*, UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2002), *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2005), *Service Quality Satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2006), *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Jawa Timur.
- Tri Hartanto, Juzan (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PD BPR Bank Jogja)*, Universitas Gunadarma.
- Utami, Anggit dan Aryani, Y. (2004), *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta*, *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, No.1, Vol. 4.
- Umar, Husein (2002), *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- www.infobank.com

Hal : Penelitian

Kepada Yth :

Bapak / Ibu / Sdr Nasabah TSA

PD BPR Bank TGR Kab. Tegal

Dengan hormat,

Dengan ini, saya Aliena Yulistya Saelahi selaku mahasiswi STIE Bank BPD Jateng, jurusan Manajemen Perbankan sedang melakukan penelitian guna memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana (S1), dengan judul :

“Analisis Pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Slawi Ayu (Studi Kasus Pada PD BPR Bank Tegal Gotong Royong Kabupaten Tegal Periode 2008 - 2011)”.

Sehubungan dengan penyusunan skripsi saya, maka saya mohon dengan hormat kepada Nasabah Tabungan Slawi Ayu PD BPR Bank TGR, untuk berkenan mengisi seluruh pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut. Partisipasi Nasabah Tabungan Slawi Ayu PD BPR Bank TGR, sangat menentukan keberhasilan penelitian ini dan saya menjamin kerahasiaan data yang saya peroleh.

Atas bantuan dan kerjasama yang telah diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti,

Aliena Yulistya Saelahi

1M.08.1277

b. Menikah

c. Janda / Duda

Lama Menjadi Nasabah TSA : a. 1 s/d 2 tahun

b. 2 s/d 3 tahun

c. > 3 tahun

Jarak tempat tinggal dengan Bank : a. Kurang dari 5 km

b. Lebih dari 5 km

Transportasi : a. Jalan kaki

b. Kendaraan umum

c. Kendaraan pribadi

Motif menabung : a. Sebagai jaminan kredit

b. Simpanan masa depan

c. Lainnya

Transaksi dalam sebulan : a. 1 kali

b. 2 kali

c. > 2 kali

II PERNYATAAN VARIABEL

Beri jawaban atas pernyataan – pernyataan di bawah ini dengan cara memberikan tanda “√” pada salah satu skor yang paling sesuai dengan pilihan Bapak, Ibu, Saudara/i, dengan ketentuan sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

A. *Reliability* (X1)

No.	Pernyataan variabel <i>reliability</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas.					
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong melakukan pencatatan transaksi dengan teliti.					
3.	Saya percaya dengan pelayanan karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.					
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong dalam memenuhi pelayanan sesuai dengan yang					

	dijanjikan					
--	------------	--	--	--	--	--

B. Responsiveness (X2)

No.	Pernyataan variabel <i>responsiveness</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu melayani nasabah dengan cepat.					
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersedia membantu nasabah.					
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu meluangkan waktunya untuk memenuhi permintaan nasabah.					
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tidak membiarkan nasabahnya menunggu lama dalam bertransaksi.					

C. Assurance (X3)

No.	Pernyataan variabel <i>assurance</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa aman mempercayakan dana dengan menjadi nasabah PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.					
2.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong adalah karyawan yang profesional.					
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong bersikap sopan dalam melayani nasabah.					
4.	Saya percaya PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mampu memberikan jaminan keamanan dana.					

D. Empathy (X4)

No.	Pernyataan variabel <i>empathy</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan PD BPR Bank Tegal					

	Gotong Royong bersedia memberikan perhatian secara individual kepada nasabah.					
2.	Waktu operasional (jam kerja) PD BPR Bank Tegal Gotong Royong sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong selalu mengutamakan kepentingan nasabah.					
4.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong memahami kebutuhan nasabah.					

E. *Tangibles* (X5)

No.	Pernyataan variabel <i>tangibles</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Peralatan dan Teknologi penunjang bertransaksi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong tersedia dengan baik.					
2.	Kondisi gedung PD BPR Bank Tegal Gotong Royong nyaman.					
3.	Karyawan PD BPR Bank Tegal Gotong Royong berpenampilan rapi.					
4.	Lokasi PD BPR Bank Tegal Gotong Royong mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.					

F. Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pernyataan variabel kepuasan nasabah	STS	TS	N	S	SS
1.	Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan oleh PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.					
2.	Nasabah mau merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong.					
3.	Nasabah bersedia untuk terus menggunakan jasa PD BPR Bank Tegal Gotong Royong.					
4.	Nasabah merasa puas selama menjalin hubungan baik dengan PD					

	BPR Bank Tegal Gotong Royong.					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

... Terima kasih ...

STIE BPD Jateng