

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada Bank BRI Kantor Unit Kuwu Cabang Purwodadi)**



Disusun Oleh :

Nama : Umri Yuhana

Nim : 07090168 L

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
UNIVERSITAS SETIA BUDI  
SURAKARTA  
2013**

# **PERSETUJUAN**

## **ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada Bank BRI Kantor Unit Kuwu Cabang Purwodadi)**

### **SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**UMRI YUHANA  
07090168L**

Surakarta, Maret 2013

Telah disetujui oleh :

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

(Nang Among Budiadi,Se.,M.Si)

(Didik Setiawan SE ,MM,M.Sc)

Kaprogdi

(Ariefah Yulandari, SE.,MM)

# **HALAMAN PENGESAHAN**

## **ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada Bank BRI Kantor Unit Kuwu Cabang Purwodadi)**

**Disusun oleh :**

**UMRI YUHANA  
07090168L**

Surakarta, Maret 2013

Telah disetujui oleh :

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

(Nang Among Budiadi,Se.,M.Si)

(Didik Setiawan SE ,MM,M.Sc)

**Dosen Penguji I**

**Dosen Penguji II**

(Drs. Sugiyarmasto. MM)

(Sugiarti, SE., M.Sc. )

**Dekan**

(Didik Setiawan SE ,MM,M.Sc)

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, Maret 2013

Umri Yuhana  
NIM : 07090168L

## **PERSEMBAHAN**

1. Kedua Orangtuaku yang telah mendidik dan membekali sejak kecil
2. Suamiku dan anakku yang tercinta atas dukungan moril dan materil
3. Dosen pembimbing, atas bimbingan yang diberikan
4. Sahabat-sahabatku atas dukungan semangat yang diberikan.

## **Motto**

*Jangan Menyerah, Berusaha jadi yang terbaik dengan  
segala kekurangan yang dimiliki. Jadikan modal  
sederhana untuk mendapatkan hasil  
yang sempurna*

## INTISARI

Yuhana Umri (2013) *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Bri Kantor Unit Kuwu Cabang Purwodadi)* Skripsi : Fakultas Ekonomi, Program Study Manajemen, Universitas Setia Budi Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan terhadap pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Kuwu. Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 pelanggan yang menggunakan Bank Rakyat Indonesia Unit Kuwu dalam tiga bulan terakhir. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dan *convenience sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji f.

Hasil analisis diperoleh bahwa variabel *Reliability* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,356 nilai t hitung sebesar 2,643 dengan tingkat signifikansi 0,018 ( $< 0.05$ ). *Responsiveness* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,265 nilai t hitung sebesar 2,395 dengan tingkat signifikansi 0,029 ( $< 0.05$ ). *Empathy* (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,360 nilai thitung sebesar 2,671 dengan tingkat signifikansi 0,017 ( $< 0.05$ ). *Assurance* (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,387 nilai t hitung sebesar 2,882 dengan tingkat signifikansi 0,012 ( $< 0.05$ ). *Tangibel* (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,705 nilai t hitung sebesar 10,013 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ). Dari seluruh variabel menunjukkan bahwa (X1, X2, X3, X4 dan X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat diterima.

Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,539. Hal ini berarti bahwa 53,9% kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Empathy* (X3), *Assurance* (X4), dan *Tangibel* (X5). Sedangkan 46,1 % dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Nasabah



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH** (Studi Pada Bank Bri Kantor Cabang Purwodadi).

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Winarso Suryo Legowo, SH, M.Pd. selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Bapak Didik Setiawan, SE; MM; M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
3. Ibu Ariefah Yulandari, SE; MM. Selaku KaProgdi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Bapak Nang Among Budiadi, SE; M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada saya.
5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surakarta, Maret 2013

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO.....	vi
INTISARI .....	vii
ABSTRAKSI .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
1.1 Kepuasan Nasabah .....	9
1.2 Kualitas Pelayanan .....	13
1.3 Kerangka Pikir .....	22
1.4 Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang .....	23

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Data dan sampel .....	24
3.2. Definisi operasional dan indicator .....	27
3.3. Teknik Pengumpulan data.....	28
3.4. Analisis data dan pengujian hipotesis .....	28

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Diskripsi Objek Penelitian .....	33
4.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	37
4.3 Pembahasan.....	48

### BAB V PENUTUP

5.1.Kesimpulan .....	51
5.2.Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3.Saran.....	52

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pelayanan dalam dunia perbankan saat ini begitu pesat baik inovasi teknologi, produk dan pelayanan. Nasabah sebenarnya menginginkan sebuah bank yang memberikan kualitas pelayanan yang baik disamping ukuran, popularitas, dan kemampuannya dalam memberikan kredit atau promosi serta hadiah. Saat ini sudah dapat dikatakan semua nasabah bank mengharapkan pelayanan yang baik namun pada kenyataannya antara harapan nasabah dan kenyataan pelayanan yang diberikan oleh bank seringkali terjadi sebaliknya (Bahia, 2000)

Dewasa ini persaingan dalam bisnis perbankan semakin ketat sehingga mendorong para pelaku bisnis untuk menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya. Dukungan teknologi menjadi pilihan yang tak terelakkan untuk digunakan agar penciptaan produk yang bermutu, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat terwujud, bahkan penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam dan cenderung berorientasi pada *customer value*. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar (Lassar, 2000).

Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan nilai nasabah (*customer value*). Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan nasabah (Anderson et al, 1994)

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang perlu diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pritchard et al. (1999) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap merek (*brand loyalty*) dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelanggan pada merek yang diakumulasikan melalui waktu.

Dalam kaitannya dengan kesetiaan pelanggan, Anderson et al (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang, menurunkan elastisitas harga, menghambat pesaing menarik pelanggan karena pelanggan enggan berpindah (*switching*), menurunkan biaya dan waktu transaksi berikutnya, menurunkan biaya penanganan ketidaksesuaian produk/jasa, menurunkan biaya pencarian pelanggan baru karena pelanggan akan cenderung menginformasikan kepada calon pelanggan

lainnya, karena perusahaan memiliki produk dan layanan yang memuaskan, sehingga reputasi perusahaan turut terangkat.

Berikut ini disajikan hasil rekapitulasi kritik dan saran yang disampaikan nasabah kepada Bank BRI.

**Tabel 1.1 :**

**Rekapitulasi Kritik Bank BRI Unit Kuwu Cabang Purwodadi**

**Bulan Januari sampai dengan Desember Tahun 2011**

Bulan	Jumlah Data Yang Masuk	Jumlah Kritik dan Saran	
		Saran	Kritik
Januari	49	17	32
Pebruari	50	22	28
Maret	78	34	44
April	40	18	22
Mei	18	6	12
Juni	30	12	18
Juli	32	19	13
Agustus	54	42	12
September	42	15	27
Oktober	22	10	12
November	10	1	9
Desember	40	14	26
<b>Total</b>	<b>465</b>	<b>210</b>	<b>255</b>

*Sumber : Laporan Bank BRI Unit Kuwu Cabang Purwodadi*

Berdasarkan Tabel 1 diatas, diketahui bahwa ternyata tingkat kritik yang diterima oleh Bank BRI masih relatif tinggi. Rata-rata dalam tiap bulannya Bank BRI menerima 21 kritik dan 18 saran. Kritik dan saran yang masuk dikategorikan dalam 5 dimensi yang masuk dalam metode *SERVQUAL* (Parasuraman, 1988), yaitu: *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. *Responsiveness* (ketepatan) yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat. *Empathy* (empati), yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap nasabah. *Assurance* (jaminan) meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan dan kemampuan mereka berarti adanya jaminan tentang kepastian pelayanan yang diberikan. *Tangibles* (berwujud), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi.

Adapun rekapitulasi kritik dan saran yang masuk dengan mengkategorikan pada lima dimensi tersebut dapat dilihat pada Tabel 2:

**Tabel 1.2 :**

**Rekapitulasi Kritik dan Saran Bank BRI Berdasarkan Kategori Lima  
Dimensi SERVQUAL Tahun 2011**

Bulan	Jumlah Kartu Yang Masuk	Jumlah Kritik dan Saran	
		Saran	Kritik
Reliability	98	42	56
Responsiveness	93	43	50
Empathy	53	21	32
Assurance	65	28	37
Tangibles	156	76	80
Total	465	210	255

Sumber: Laporan Bank BRI Unit Kuwu Cabang Purwodadi

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dimensi *tangible* mempunyai jumlah kritik yang paling banyak yaitu 80 kritik namun dibandingkan dengan jumlah kartu yang masuk (156), dimensi *tangibles* mempunyai selisih antara kritik dan saran yang paling sedikit dibandingkan dengan keempat dimensi lainnya yaitu sebanyak 4 kritik. Sementara dimensi *reliability* mempunyai selisih antara kritik dan saran yang paling banyak yaitu 14 kritik dengan jumlah kartu yang masuk sebanyak 98 kartu, hal ini mengindikasikan bahwa diantara keempat dimensi lainnya, nasabah bank BRI kurang begitu puas dengan dimensi *reliability* yang mencerminkan kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang dijalankan Bank BRI harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan. Tingginya tingkat kritik ini menjadikan Bank BRI harus mewaspadai adanya unsur ketidakpuasan yang diterima nasabah terhadap kinerja Bank BRI.

Dengan adanya permasalahan tersebut yaitu tingkat kritik yang diterima oleh PT. Bank BRI masih relatif tinggi, peneliti mencoba mengadakan penelitian tentang kepuasan nasabah pada nasabah PT. Bank BRI dengan mengambil judul: “ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK BRI UNIT KUWU.”



## 1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dikarenakan adanya fenomena gap yang ditunjukkan dengan tingkat kritik yang diterima oleh PT. Bank BRI Unit Kuwu Cabang Purwodadi masih relatif tinggi. Rata-rata dalam tiap bulannya PT. Bank BRI menerima 21 kritik dan 18 saran. Tingginya tingkat kritik ini menjadikan PT. Bank BRI harus mewaspadaai adanya unsur ketidakpuasan yang diterima nasabah terhadap kinerja PT. Bank BRI. Dengan demikian maka perumusan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut: ada kesenjangan tingkat kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reability*), keresponsifan (*responsiveness*), empati (*empathy*), keyakinan (*assurance*) dan berwujud (*tangible*) pada PT. Bank BRI yang dirasakan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah terdapat pengaruh signifikan positif keandalan (*reability*), keresponsifan (*responsiveness*), empati (*empathy*), keyakinan (*assurance*) dan berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah?

Dari hal tersebut, maka pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Apakah faktor keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI?
2. Apakah faktor daya tangkap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI?
3. Apakah faktor empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI?

4. Apakah faktor jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI?
5. Apakah faktor berwujud (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan di PT. Bank BRI yang diukur melalui dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*) dan berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank BRI.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang telah diperoleh dari bangku kuliah. Terutama masalah yang ada kaitanya dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu melatih cara berfikir dan meningkatkan daya penalaran melalui penelitian, perumusan dan pemecahan masalah yang terjadi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan untuk menentukan langkah yang tepat bagi PT. Bank BRI dalam usahanya memberikan pelayanan yang terbaik bagi tamunya.

3. Bagi Masyarakat, Pembaca dan Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak lain dalam melakukan penelitian lanjutan.

4. Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terkait dengan kualitas layanan yang diberikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah.