



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK BPR DANA MANDIRI BOGOR**

Skripsi

Diajukan Oleh :

Muhammad Agustyar Arifin  
0211 13 396

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
2018**

## ABSTRAK

MUHAMMAD AGUSTYAR ARIFIN, 021113396. Ekonomi Manajemen. Manajemen Pemasaran. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor, Dibawah Bimbingan : SRI HARTINI dan SRI HIDAJATI RAMDANI. Tahun 2017.

Bank BPR Dana Mandiri Bogor adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik nasabah untuk melakukan transaksi di perusahaannya. Bank BPR Dana Mandiri Bogor dikatakan berhasil dalam hal memenuhi kepuasan nasabah jika perusahaan mampu menanggapi apa yang diinginkan nasabah dan jika hasil pemenuhan keinginan tersebut berubah menjadi kepuasan tersendiri bagi nasabah. Untuk itu, pihak Bank BPR Dana Mandiri Bogor harus meningkatkan kepuasan para nasabahnya dengan memperbaiki kualitas pelayanan yang meliputi *Reliability, Assurance, Responsiveness, Empathy, dan Tangibles*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor, dengan menggunakan data primer dari 330 responden, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, metode penarikan sampel yaitu *purposive sampling*, metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis statistik regresi linier berganda, uji hipotesis koefisien regresi yang dilengkapi menggunakan bantuan SPSS 21.

Hasil penelitian mendapatkan hasil bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor memiliki penilaian untuk kualitas pelayanan sangat baik dengan nilai total tanggapan responden yaitu 91,90% dan untuk kepuasan nasabahnya memiliki penilaian sangat puas dengan nilai total tanggapan responden yaitu 83,76%. Untuk uji statistik maka didapatkan persamaan regresi :  $Y = 65,572 + 0,086K + 0,217DT + 0,083 J - 0,055 E - 0,012 BF + e$ . Hanya empati dan bukti fisik yang tidak dapat untuk menaikkan kepuasan nasabah. Terakhir uji hipotesis koefisien regresi didapatkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $14,381 > 1,645$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan nasabah.

*Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
BANK BPR DANA MANDIRI BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi,

(Herdiyana, SE., MM)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
BANK BPR DANA MANDIRI BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari: Selasa, Tanggal: 30 Januari 2018

Muhammad Agustyar Arifin  
021113396

Menyetujui

Dosen Penilai,



(Oktor Kiswati Z, SE., MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Dra. Sri Hartini, MM)

Anggota Komisi Pembimbing



(Sri Hidajati Ramdani, SE., MM.)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, para keluarganya, sahabatnya, dan pengikutnya.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPR Mandiri Bogor”**, ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Penyusunan skripsi ini tidaklah mungkin terlaksana dan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., MM., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Herdiyana, SE., MM. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, MM, SE. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Dra. Sri Hartini, MM. Selaku Pembimbing dan Juga Dosen Universitas Pakuan.
5. Ibu Sri Hidajati Ramdani, SE., MM. Selaku Pembimbing dan Juga Dosen Universitas Pakuan.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi untuk semua ilmu yang telah diberikan.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang telah banyak membantu penulis.
8. Terima kasih untuk kedua orang tua saya, Bapak Ir. Zainal Arifin Z dan Ibu Lilis Julaiha yang telah senantiasa memberikan doa, semangat serta dukungan moral maupun materiil selama ini. Serta kedua adik penulis, Alda Zahara M dan M Aldiarsyah A.
9. Bapak Risdianto Sudarmo selaku Direktur Utama PT. BPR Dana Mandiri Bogor yang telah memberi izin dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terima Kasih kepada Ines Tania atas segala doa, bantuan, perhatian, semangat, dan dukungan moral yang diberikan kepada penulis.
11. Terima Kasih kepada Sahabat penulis yaitu Fikri Rausyan R, atas segala bantuan dan motivasinya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman kabel yang telah memberikan berbagai saran, semangat, motivasi, dan berbagai bantuan lainnya dalam penyusunan skripsi selama ini.

13. Terima Kasih kepada teman-teman angkatan 2013, Khususnya Kelas J Manajemen yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi selama ini.
14. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk hal yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bogor, Februari 2018

M Agustyar Arifin

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I     PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7

### **BAB II    TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasaran, Manajemen Pemasaran.....	8
1.1.1. Fungsi Tujuan Manajemen Pemasaran .....	9
1.1.2. Orientasi Perusahaan Terhadap Pemasaran .....	11
1.1.3. Bauran Pemasaran dan Unsur-unsurnya .....	11
2.2 Konsep Kepuasan Konsumen .....	13
2.2.1 Pengertian Harapan Konsumen.....	16
2.2.2. Model Kepuasan Konsumen .....	17
2.2.3. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	18
2.2.4. Menarik dan Mempertahankan Konsumen .....	20
2.2.5. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu .....	24
2.4 Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian .....	27

### **BAB III   METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	28
----------------------------	----

3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	28
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	29
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6	Metode Analisis Data.....	31
3.7	Pre-test, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	31
3.8	Metode Analisis .....	34

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1.	Hasil Pengumpulan Data.....	38
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan PT. BPR Dana Mandiri Bogor .....	38
4.1.2	Kegiatan Usaha .....	39
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	39
4.1.3.1	Struktur Organisasi.....	39
4.1.3.2	Uraian Tugas .....	40
4.2.	Data Profil Responden .....	41
4.3.	Hasil Penelitian .....	46
4.3.1	Penerapan Kualitas Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor .....	46
4.3.2	Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor .....	61
4.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	75

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	80
5.2.	Saran .....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1	Jumlah Nasabah PT. BPR Dana Mandiri Bogor Tahun 2016.....	2
Tabel 2	Jumlah Dana Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor Tahun 2016	3

Tabel 3	Jumlah Keluhan Nasabah Per-Bulan Bank BPR Dana Mandiri Bogor.....	4
Tabel 4	Data Keluhan Konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor .....	5
Tabel 5	Operasionalisasi Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. BPR Dana Mandiri Bogor.....	29
Tabel 6	Jumlah Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor Tahun 2016.....	30
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	32
Tabel 8	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	33
Tabel 9	Jenis Kelamin Responden .....	42
Tabel 10	Usia Responden.....	42
Tabel 11	Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 12	Pendapatan Responden.....	44
Tabel 13	Lama menjadi Nasabah .....	45
Tabel 14	Pernyataan Responden Karyawan Bank Dapat Menyelesaikan Pelayanan Cepat dan Tepat .....	47
Tabel 15	Hasil Tanggapan Responden.....	47
Tabel 16	Pernyataan Responden Bank Dapat Menyelesaikan Keluhan Dengan Baik.....	47
Tabel 17	Hasil Tanggapan Responden.....	48
Tabel 18	Pernyataan Responden Kemudahan Memperoleh Informasi .....	48
Tabel 19	Hasil Tanggapan Responden.....	49
Tabel 20	Pernyataan Responden Karyawan Tanggap Dalam Melayani Konsumen.....	49
Tabel 21	Hasil Tanggapan Responden.....	49
Tabel 22	Pernyataan Responden Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen .....	50
Tabel 23	Hasil Tanggapan Responden.....	50
Tabel 24	Pernyataan Responden Ketersediaan Nomor Telepon Pelayanan.....	51
Tabel 25	Hasil Tanggapan Responden.....	51
Tabel 26	Pernyataan Responden Kecukupan Karyawan Dalam Melayani Konsumen.....	51
Tabel 27	Hasil Tanggapan Responden.....	52
Tabel 28	Pernyataan Responden Karyawan Bersikap Profesional .....	52
Tabel 29	Hasil Tanggapan Responden.....	53
Tabel 30	Pernyataan Responden Karyawan Bersikap ramah dan sopan.....	53
Tabel 31	Hasil Tanggapan Responden.....	53
Tabel 32	Pernyataan Responden Keakuratan Selama Proses Pelayanan .....	54
Tabel 33	Hasil Tanggapan Responden.....	54
Tabel 34	Pernyataan Responden Karyawan Mampu Berkomunikasi Dengan Baik .....	55
Tabel 35	Hasil Tanggapan Responden.....	55
Tabel 36	Pernyataan Responden Kesungguhan merespon keluhan dan saran..	55

Tabel 37	Hasil Tanggapan Responden .....	56
Tabel 38	Pernyataan Responden Keramahan Petugas.....	56
Tabel 39	Hasil Tanggapan Responden .....	57
Tabel 40	Pernyataan Responden Tersedia tempat parkir yang memadai.....	57
Tabel 41	Hasil Tanggapan Responden .....	57
Tabel 42	Pernyataan Responden Kerapihan karyawan .....	58
Tabel 43	Hasil Tanggapan Responden .....	58
Tabel 44	Pernyataan Responden Kondisi gedung dan fasilitas yang baik .....	58
Tabel 45	Hasil Tanggapan Responden .....	59
Tabel 46	Pernyataan Responden Kebersihan dan kenyamanan ruangan .....	59
Tabel 47	Hasil Tanggapan Responden .....	60
Tabel 48	Hasil Penerapan Kualitas Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor.....	60
Tabel 49	Pernyataan Responden Karyawan Bank Dapat Menyelesaikan Pelayanan Cepat dan Tepat .....	61
Tabel 50	Hasil Tanggapan Responden .....	62
Tabel 51	Pernyataan Responden Bank Dapat Menyelesaikan Keluhan Dengan Baik .....	62
Tabel 52	Hasil Tanggapan Responden .....	62
Tabel 53	Pernyataan Responden Kemudahan Memperoleh Informasi .....	63
Tabel 54	Hasil Tanggapan Responden .....	63
Tabel 55	Pernyataan Responden Karyawan Tanggap Dalam Melayani Konsumen.....	64
Tabel 56	Hasil Tanggapan Responden .....	64
Tabel 57	Pernyataan Responden Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen .....	64
Tabel 58	Hasil Tanggapan Responden .....	65
Tabel 59	Pernyataan Responden Ketersediaan Nomor Telepon Pelayanan.....	65
Tabel 60	Hasil Tanggapan Responden .....	66
Tabel 61	Pernyataan Responden Kecukupan Karyawan Dalam Melayani Konsumen.....	66
Tabel 62	Hasil Tanggapan Responden .....	66
Tabel 63	Pernyataan Responden Karyawan Bersikap Profesional.....	67
Tabel 64	Hasil Tanggapan Responden .....	67
Tabel 65	Pernyataan Responden Karyawan Bersikap ramah dan sopan.....	68
Tabel 66	Hasil Tanggapan Responden .....	68
Tabel 67	Pernyataan Responden Keakuratan Selama Proses Pelayanan .....	68
Tabel 68	Hasil Tanggapan Responden .....	69
Tabel 69	Pernyataan Responden Karyawan Mampu Berkomunikasi Dengan Baik .....	69
Tabel 70	Hasil Tanggapan Responden .....	70
Tabel 71	Pernyataan Responden Kesungguhan merespon keluhan dan saran ..	70

Tabel 72	Hasil Tanggapan Responden .....	70
Tabel 73	Pernyataan Responden Keramahan Petugas .....	71
Tabel 74	Hasil Tanggapan Responden .....	71
Tabel 75	Pernyataan Responden Tersedia tempat parkir yang memadai.....	72
Tabel 76	Hasil Tanggapan Responden .....	72
Tabel 77	Pernyataan Responden Kerapihan karyawan .....	72
Tabel 78	Hasil Tanggapan Responden .....	73
Tabel 79	Pernyataan Responden Kondisi gedung dan fasilitas yang baik .....	73
Tabel 80	Hasil Tanggapan Responden .....	74
Tabel 81	Pernyataan Responden Kebersihan dan kenyamanan ruangan .....	74
Tabel 82	Hasil Tanggapan Responden .....	74
Tabel 83	Hasil Tingkat Kepuasan Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor	75
Tabel 84	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	76
Tabel 85	Variables Entered/Removed <sup>a</sup> .....	76
Tabel 86	Model Summary <sup>b</sup> .....	77
Tabel 87	Coefficients <sup>a</sup> .....	77

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1	Jumlah Nasabah PT. BPR Dana Mandiri Bogor Tahun 2016.....	3
Gambar 2	Jumlah Simpanan Dana Nasabah PT. BPR Dana Mandiri Bogor Tahun 2016.....	4
Gambar 3	Konsep Kepuasan Konsumen.....	13
Gambar 4	Konstelasi Penelitian .....	26
Gambar 5	Struktur Organisasi PT. BPR Dana Mandiri Bogor .....	40
Gambar 6	Jenis Kelamin Responden .....	42
Gambar 7	Usia Responden .....	43
Gambar 8	Pekerjaan Responden .....	44
Gambar 9	Pendapatan responden .....	45
Gambar 10	Lama menjadi Nasabah .....	46

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Riset
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan
- Lampiran 4 Jawaban Kuesioner Kepuasan Nasabah

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi membuat pelaku bisnis merasakan adanya persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber daya yang unggul dan mampu bersaing secara berkelanjutan. Dari perspektif konsumen banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, bila tidak diantisipasi dengan baik maka akan menjadi bumerang bagi perusahaan itu sendiri.

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrument penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Diantara Bank yang ada diseluruh Indonesia, Bank BPR merupakan Bank yang paling sering dijumpai dan merupakan Bank yang ada diseluruh pelosok Indonesia. Menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank Perkreditan Rakyat adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Karena itu, persaingan yang terjadi diantara bank yang ada kian ketat, karena produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda satu sama lain, hanya kualitas pelayanan yang memberikan perbedaan diantara bank yang ada (<http://www.berpendidikan.com/2017/11/12/pengertian-fungsi-tugas-dan-kegiatan-bank-perkreditan-rakyat.html?m=1>).

Sebagaimana yang terjadi di Bank BPR Dana Mandiri Bogor, pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik agar bisa menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank. Karena, selain memberikan pelayanan yang baik pihak Bank menginginkan agar nasabahnya mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank. Terbaik disini maksudnya ialah terwujudnya kualitas pelayanan yang diberikan pihak Bank terhadap nasabah seperti ramah dan sopan yaitu memberikan pelayanan dengan 3S yaitu Senyum, Salam dan Sapa, pelayanan yang cepat dan tepat guna yaitu persyaratan mudah dan sesuai dengan kebutuhan informasi.

Permasalahan yang dihadapi oleh pihak Bank BPR Dana Mandiri Bogor ialah, tidak terwujudnya kualitas pelayanan yang diterapkan oleh pihak Bank,

dimana para karyawan kurang memahami jasa yang ditawarkan oleh pihak bank, dan kurangnya rasa memiliki terhadap perusahaan seperti tidak mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan. Agar dapat mengatasi permasalahan tersebut, pihak bank harus mencari solusi yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan nasabah sehingga tercipta suatu kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan saling berkaitan, kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, bila perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan, maka pelanggan akan bertahan lalu mungkin akan mempromosikan perusahaan kepada teman dan kerabatnya, dan perusahaan harus meminimalisir pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan agar pelanggan tidak berpaling ke perusahaan lain. (Fandy Tjiptono, 2008:240)

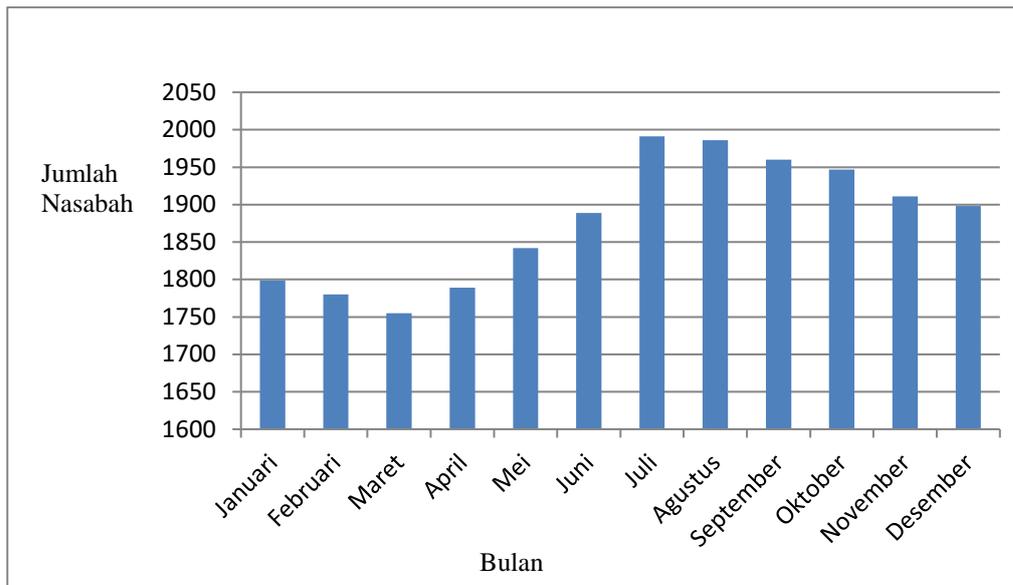
Mengingat betapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen itu harus dapat memuaskan konsumen, maka cara yang dapat dilakukan ialah dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berikut adalah data jumlah nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor pada tahun 2016:

**Tabel 1**  
**Jumlah Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor**  
**Tahun 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
Januari	1799
Februari	1780
Maret	1755
April	1789
Mei	1842
Juni	1889
Juli	1991
Agustus	1970
September	1990
Oktober	1947
November	1998
Desember	1976
<b>Total</b>	<b>22547</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1878</b>

*Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)*



Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)

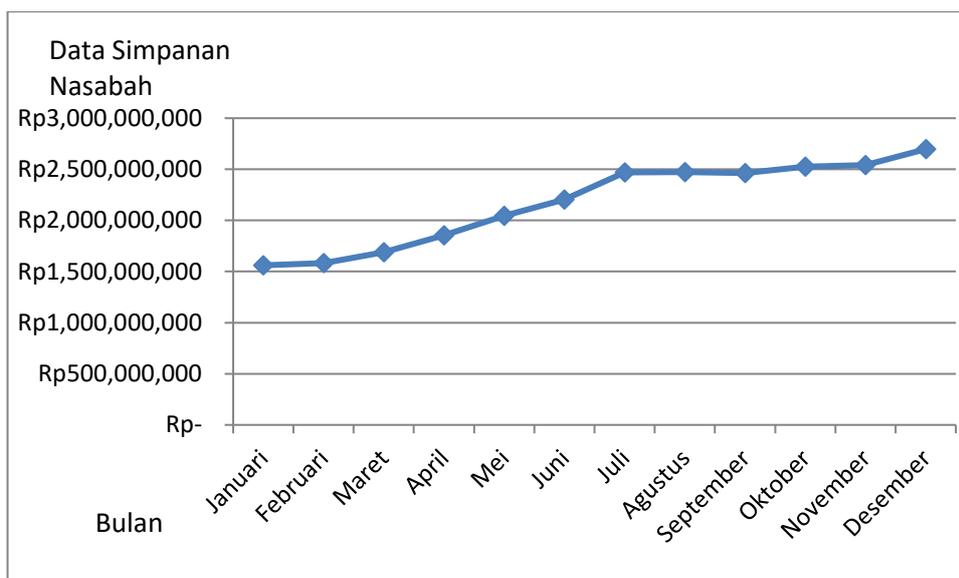
**Gambar 1**  
**Jumlah Nasabah PT. BPR Dana Mandiri Bogor**  
**Tahun 2016**

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuasi jumlah nasabah yang terlihat yaitu terjadi pada bulan Januari sampai bulan Juni, namun diantara bulan lainnya jumlah nasabah tertinggi yaitu pada bulan Juli sampai bulan Oktober, seharusnya hal ini terjadi untuk bulan lainnya dengan jumlah nasabah yang meningkat. Selain dengan jumlah nasabah yang mengalami fluktuatif, ternyata hal tersebut berdampak pada dana pemasukan bank BPR Dana Mandiri Bogor, berikut adalah data pemasukan pada bank BPR Dana Mandiri Bogor cabang Ciawi :

**Tabel 2**  
**Jumlah Dana Simpanan Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor**  
**Tahun 2016**

Dana Simpanan Nasabah	Jumlah
Januari	Rp 1,560,756,367
Februari	Rp 1,583,281,044
Maret	Rp 1,687,863,620
April	Rp 1,854,377,723
Mei	Rp 2,043,626,745
Juni	Rp 2,203,555,656
Juli	Rp 2,468,539,648
Agustus	Rp 2,472,142,673
September	Rp 2,463,168,476
Oktober	Rp 2,524,950,619
November	Rp 2,540,441,466
Desember	Rp 2,697,152,498
<b>Total</b>	<b>Rp 26,099,856,535</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>Rp 2,174,988,045</b>

Sumber : BPR Dana Mandiri Bogor (2016)



Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)

**Gambar 2**  
**Jumlah Simpanan Dana Nasabah PT. BPR Dana Mandiri Bogor**  
**Tahun 2016**

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa pemasukan pada perusahaan mengalami fluktuatif, walaupun fluktuatif yang terjadi tidak terlalu signifikan dan cenderung mengalami kenaikan pada setiap bulannya. Dalam perjalanannya perusahaan tidak selalu mengalami kelancaran saat beraktivitas, hal tersebut dapat dilihat dari adanya keluhan terhadap kinerja perusahaan serta jumlah keluhan nasabah per-bulannya. Data keluhan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3**  
**Jumlah Keluhan Nasabah Per-Bulan**  
**Bank BPR Dana Mandiri Bogor**

Bulan	Keluhan	Target Keluhan
Januari	3	5
Februari	9	5
Maret	16	5
April	21	5
Mei	28	5
Juni	35	5
Juli	43	5
Agustus	50	5
September	55	5
Oktober	61	5
November	65	5
Desember	73	5

Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)

**Tabel 4**  
**Data Keluhan Nasabah**  
**Bank BPR Dana Mandiri Bogor**

No	Keluhan	Jumlah
1	Fasilitas yang dimiliki kurang memadai (parkiran, toilet)	29%
2	Pelayanan yang tidak sesuai prosedur	25%
3	Pemahaman karyawan dalam mengenali tentang produk/jasa yang ditawarkan	10%
4	Karyawan yang memahami standar operasional prosedur	16%
5	Tempat menunggu nasabah yang tidak nyaman	20%

*Sumber : Data diolah oleh peneliti(2017)*

Dapat dilihat dari tabel 3, keluhan nasabah mengalami kenaikan pada setiap bulannya, hal ini melebihi batas maksimal yang ditentukan oleh pihak bank, dimana setiap bulannya pihak bank menginginkan keluhan dari nasabah tidak lebih dari 5 suara. Lalu pada tabel 4 dapat dilihat juga, banyaknya keluhan terjadi pada fasilitas yang kurang memadai (parkiran, toilet), dan pelayanan yang tidak sesuai prosedur. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan pengunjung dan tingkat kepuasan nasabah artinya Bank BPR Dana Mandiri Bogor masih belum mampu mengoptimalkan kualitas pelayanan dengan baik.

Semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa Bank BPR Dana Mandiri Bogor untuk mencari strategi yang paling tepat, guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank BPR Dana Mandiri Bogor sangat memprioritaskan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah. Kepuasan pelanggan Danang Sunyoto (2013:193) adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.

Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan pelayanan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan agar meningkatkan jumlah nasabah dan kepuasan nasabah sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor”.

## **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan, dimana kualitas sebagai pendorong untuk pelanggan dalam memenuhi standar kegunaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sedangkan pelayanan merupakan suatu peranan penting dalam menarik kepuasan pelanggan dengan memberikan suatu nilai lebih atau memberikan sesuai kebutuhan konsumennya. Meningkatnya jumlah keluhan nasabah merupakan permasalahan yang dihadapi oleh pihak Bank BPR Dana Mandiri Bogor. Meningkatnya jumlah keluhan nasabah ini berarti kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor semakin menurun. Pihak Bank BPR Dana Mandiri Bogor harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti kualitas pelayanan agar diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Dari masalah yang dihadapi oleh Pihak Bank BPR Dana Mandiri Bogor, maka masalah penelitian ini adalah menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis penerapan kualitas pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor
2. Untuk menganalisis seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor
3. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, antara lain untuk :

2. Kegunaan teoritik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam pengaplikasian teori yang telah diperoleh dalam dunia nyata mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi manajemen pada umumnya dan secara khusus mengenai manajemen pemasaran.
3. Kegunaan praktik yaitu untuk membantu memecahkan masalah dan mengantisipasi masalah pada lokasi yang diteliti, yang dapat berguna bagi pengambilan keputusan manajemen Bank BPR Dana Mandiri Bogor dan pihak eksternal yang terkait.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 3.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran melibatkan banyak individu dan organisasi dalam situasi yang berbeda-beda. Akan tetapi, mereka semuanya sama, yaitu melibatkan satu atau lebih individu atau organisasi dengan membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu.

Pemasaran, dalam pengertiannya yang paling luas, didefinisikan sebagai semua kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala pertukaran untuk memuaskan dan keinginan dan kebutuhan kita. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran :

Menurut Stanton (2007:18), *“Marketing is a total system business designed to plan, price, promote and distribute want satisfying products to target market to achieve organizational objective”*.

Artinya : Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Menurut Kotler (2009:8), *“Marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and through creating, offering, and exchanging product of value of with other”*.

Artinya : Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Pemasaran merupakan ilmu pengetahuan yang objektif, yang diperoleh dengan penggunaan instrument-instrument tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis dalam membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai dalam rangka meningkatkan penjualan sebuah perusahaan. (Ali Hasan, 2008:1)

Dari pendapat para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu pemasaran adalah proses kegiatan bisnis yang dirancang untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui pertukaran produk dan nilai dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen pemasaran sangat memegang peran penting bagi perusahaan. Sebuah pemasaran yang dapat mencapai tujuan perusahaan dibutuhkan sebuah manajemen pemasaran yang baik.

Menurut Ali Hasan (2008:1) menyatakan bahwa “Manajemen Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi stakeholder”.

Manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai tujuan organisasi.(Ahmad Subagyo, 2010:5)

Menurut Kotler (2009:9) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

Berdasarkan dari beberapa pendapat diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan implementasi yang dirancang untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran pembeli dan mencapai tujuan organisasi.

### **3.1.1. Fungsi dan Tujuan Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan kegiatan memasarkan barang atau jasa umumnya kepada masyarakat, dan khususnya kepada pembeli potensial. Karena pemasaran memiliki peranan penting atau fungsi yang signifikan dalam keberlanjutan sebuah perusahaan atau organisasi bisnis.

Pemasaran sering dilakukan oleh suatu departemen dalam perusahaan. Hal tersebut bisa dalam keadaan baik ataupun dalam keadaan buruk. Dikatakan baik karena menyatukan sekelompok orang terlatih untuk berfokus pada tugas pemasaran. Dikatakan buruk karena tidak boleh dikerjakan oleh satu departemen, tetapi harus terlaksana dalam seluruh kegiatan perusahaan.

Fungsi pemasaran dapat dikatakan merupakan suatu usaha yang dilaksanakan dalam proses untuk penyebaran produk dan jasa. Menurut Hendri Ma'ruf (2007 : 3) fungsi pemasaran adalah mewujudkan sasaran perusahaan dengan cara :

1. Menetapkan basis pelanggan (*customer base*) secara strategis, rasional dan lengkap dengan informasinya.
2. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan yang sekarang dan yang akan datang.
3. Menciptakan produk yang akan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pas dan menguntungkan dan yang mampu membedakan perusahaan dari pesaingnya.
4. Mengomunikasikan dan mengantarkan produk tersebut kepada pasar sasaran (*target market*).

5. Memimpin seluruh personel perusahaan untuk menjadikan sekumpulan tenaga kerja yang disiplin, profesional, dan berpengetahuan serta punya dedikasi bagi nilai dan sasaran perusahaan.

Sedangkan fungsi pemasaran menurut Deliyanti Oentoro (2012 : 3) adalah

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk di angkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak terjadi kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara lain pengurangan resiko, pembiayaan pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk. Secara umum tujuan pemasaran adalah untuk menjual dan memasarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen agar konsumen terpenuhi keinginan dan kebutuhannya. Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya.

Menurut Buchari Alma (2013 : 10) menjelaskan ada dua elemen penting dalam tujuan pemasaran, yaitu :

1. Untuk mencari keseimbangan pasar, antara *buyer's* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dari produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
2. Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba, tetapi memberikan kepuasan kepada konsumen.

### 3.1.2. Orientasi Perusahaan Terhadap Pemasaran

Menurut Kotler (2010:20) ada lima konsep pemasaran dalam melaksanakan orientasi pasar manajemen yaitu :

1. Konsep produksi yang menyatakan bahwa tugas manajemen adalah meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan harga. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen akan menyukai produk yang harganya rendah.
2. Konsep produk yang menyatakan bahwa tugas manajemen adalah menyediakan produk berkualitas tinggi. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik karena itu hanya diperlukan sedikit usaha promosi.
3. Konsep penjualan yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk organisasi kecuali organisasi mengadakan penjualan dalam skala besar dan usaha promosi. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen menyukai produk yang di promosikan secara terus-menerus.
4. Konsep pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan target pasar dan menghantarkan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dari pesaing.
5. Konsep pemasaran berwawasan sosial ini menyatakan bahwa menghasilkan kepuasan pelanggan dan kesejahteraan sosial jangka panjang adalah kunci untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi tanggung jawabnya.

### 3.1.3. Bauran Pemasaran dan Unsur-unsurnya

Pemasaran saat ini mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan dimana telah terjadi perubahan dalam suatu lingkungan bisnis yang menyebabkan perusahaan harus selalu menyesuaikan strategi. Strategi ini digunakan agar keadaan suatu perusahaan akan menjadi lebih baik dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Pemasaran membutuhkan suatu program atau rencana pemasaran dalam melaksanakan kegiatannya guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Program pemasaran tersebut terdiri dari sejumlah keputusan tentang bauran alat pemasaran disebut bauran pemasaran yang lebih dikenal dengan *marketing mix*. Bauran pemasaran juga merupakan kebijakan yang digunakan pada perusahaan untuk mampu memasarkan produknya dan mencapai keuntungan.

*Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern yang terdiri dari segala hal yang dapat perusahaan lakukan untuk mempengaruhi permintaan akan barang/jasa yang ditawarkan. Program pemasaran yang efektif memadukan seluruh elemen/unsure bauran pemasaran menjadi suatu

program yang terkoordinasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Kotler (2008) dikutip dalam Hurriyati (2010:25), mengungkapkan sebagai berikut: “bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

Kotler (2012:18) *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dalam dipasar sasaran. Untuk mengetahui lebih lanjut konsep dasar marketing mix dan unsur-unsur terkait di dalamnya dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Produk

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keberadaan produk dapat dikatakan sebagai titik sentral dari kegiatan *marketing mix*, karena semua kegiatan dari unsure-unsur marketing mix lainnya berawal dan berpatokan pada produk yang dihasilkan. Pengenalan secara mendalam terhadap keberadaan suatu produk yang dihasilkan dapat dilihat dalam bauran produk (*product mix*) yang unsure-unsurnya terdiri dari keanekaragaman atau macam-macam produk, pelayanan, jaminan/garansi dan pengembalian.

2. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan. Di dalam menentukan kebijakan harga diri suatu produk yang dihasilkan tentunya perlu memperhatikan dan mempertimbangkan secara seksama unsur-unsur yang berkaitan dengan bauran harga (*price mix*) yang terdiri dari daftar harga, rabat, potongan harga, jangka pembayaran, dan syarat kredit.

3. Distribusi

Distribusi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimanapun konsumen berada. Oleh karena itu, di dalam penetapan saluran distribusi, bauran distribusi (*distribution mix*) yang terdiri dari sistem saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi.

4. Promosi

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk,

mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan. Untuk melaksanakan kegiatan penjualan., maka produsen harus memilih dan menetapkan secara seksama elemen-elemen dalam bauran promosi (*promotion mix*).

### 3.2.Konsep Kepuasan Konsumen

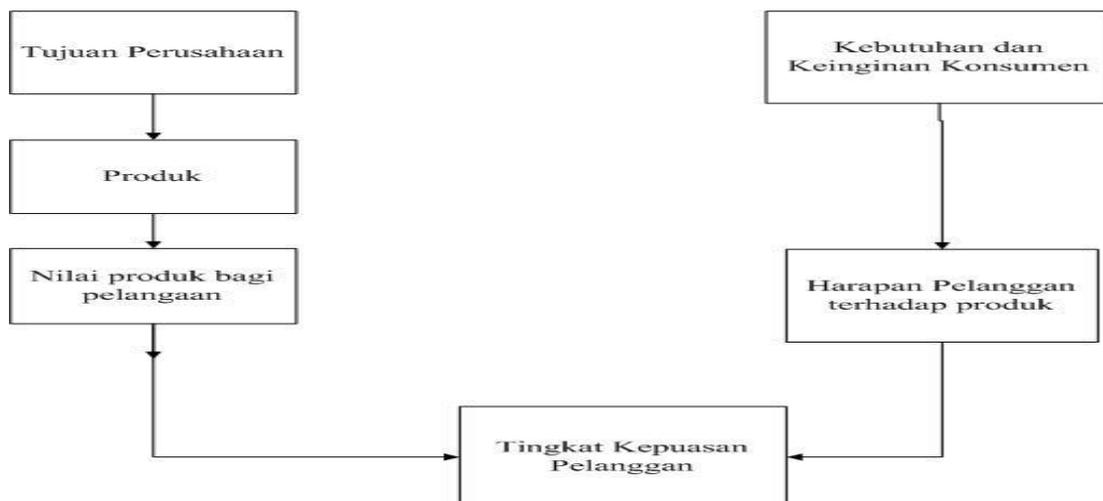
Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (1997) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:227) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Rambat Lupiyoadi-A.Handani (2013: 190) “Konsep kepuasan konsumen merupakan satu tujuan dari perusahaan yang menciptakan suatu produk atau jasa yang akan dijual yang diharapkan konsumen, sehingga produk tersebut menciptakan suatu nilai produk”.

Engel, et al dalam Fandy Tjiptono (2008:24)“Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan”.

Dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi, yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah perkiraan konsumen tentang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk (barang atau jasa) kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:

Menurut Fandy Tjiptono (2008:25) secara konseptual kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Fandy Tjiptono 2008

**Gambar 3**  
**Konsep Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat sensitif karena akan mengakibatkan kesan positif maupun negatif bagi konsumen dan menjadikan suatu dasar tujuan bagi perusahaan yaitu untuk membuat konsumen merasa puas. Semakin konsumen merasa terpuaskan maka akan menimbulkan kesan yang baik dan royal serta mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, dan kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Sementara bila perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen maka konsumen enggan untuk melakukan membeli kembali yang akan merugikan bagi perusahaan dan kemungkinan besar akan pindah kepada pesaing.

Menurut Walker (1995) dalam Ali Hasan (2008:57) mengatakan bahwa : Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli atau dikonsumsi. Jika dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya. Konsumen akan merasa tidak puas.

Menurut Tse & Wilton (1988) dalam Fandy Tjiptono (2011:295) mengatakan kepuasan konsumenyaitu : “Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk”.

Dan menurut Kotler dan Keller (2007:177) mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan konsumen adalah *Customer satisfaction is an attitude like judgment following a consumption experience, most research confirms that the confirmation or disconfirmation of preconsumption expectations is the essential determinant of satisfaction.*

Bisa disimpulkan kepuasan konsumen merupakan hal paling penting dalam hal bisnis jasa karenaakan menentukan seberapa baik produk atau kualitas jasa yang diberikan sehingga apa yang di persepsikan oleh konsumen bisa terpenuhi bahkan lebih baik lagi bila bisa melampaui persepsi konsumen.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Fandy Tjiptono (2008:25) antara lain meliputi : kinerja produk, ciri-ciri produk, kehandalan, kesesuaian produk, daya tahan produk, kualitas yang dipersepsikan, estetika, dan kemampuan melayani.

1. Kinerja Produk

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

2. Ciri-ciri Produk  
Merupakan aspek informasi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. Keandalan  
Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. Kesesuaian Produk  
Berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah diterapkan.
5. Daya Tahan Produk  
Merupakan refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
6. Kualitas yang dipersepsikan  
Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.
7. Estetika  
Daya tarik produk terhadap panca indra
8. Kemampuan melayani  
Meliputi kecepatan, kompetensi, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:240), kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dikutip dalam Fandy Tjiptono (2016:137) kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

1. *Reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati
2. *Responsiveness* berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat
3. *Assurance* yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa

menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan

4. *Empathy* berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman
5. *Tangibles* berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli (Fandy Tjiptono, 2011:26).

### 2.2.1. Pengertian Harapan Pelanggan

Harapan konsumen merupakan suatu hal yang diinginkan konsumen agar merasa puas. Atau melalui harapan ada point yang harus dicapai oleh perusahaan dan perusahaan harus mampu mencapai point yang diharapkan oleh konsumen.

Beberapa pakar mengidentifikasi konsep harapan pra pembelian sebagai berikut :

Menurut Wilton(1998) dan Spreng (1996) dalam Ali Hasan (2008:62) yaitu :

1. *Equitable performance (normative performance; effort versus outcome; should expectation; deserved expectation)*, yakni penilaian normatif atas kinerja yang seharusnya diterima pelanggan berbanding biaya dan usaha yang telah dicurahkan untuk membeli dan mengkonsumsi produk.
2. *Ideal performance (optimum versus actual performance, ideal expectation)* memiliki *explanatory power* lebih baik dalam menjelaskan proses kepuasan pelanggan), *desired expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum yang diharapkan oleh seorang konsumen.
3. *Expected performance (realistic versus actual performance; will expectation; predictive expectation)*, yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan atau yang paling diharapkan disukai konsumen (*what the performance probably will be*). Tipe ini banyak digunakan dalam penelitian kepuasan-ketidakpuasan pelanggan, terutama yang didasarkan pada *expectancy disconfirmation model*.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2008:27) mengatakan bahwa harapan konsumen yakni “Perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.”

Adapun faktor-faktor yang menentukan harapan konsumen kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.

Zethami,et,al (1993) dalam Ali Hasan (2008:62) mengemukakan bahwa “harapan konsumen terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh faktor *enduring service intensif, transitory service intensif, personal needs, perceived service alternative, self-perceived service roles, situational factors* dan *positive word of mouth*”.

1. *Enduring service intensif*  
Merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap produk jasa.
2. *Transitory service intensif*  
Merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas pelanggan terhadap jasa.
3. *Personal needs*  
Kebutuhan fisik, sosial dan psikologis yang dirasakan seseorang akan menjadi dasar bagi kesejahteraannya yang sekaligus akan menentukan harapannya.
4. *Perceived service alternative*  
Merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternative, maka harapannya cenderung semakin besar.
5. *Self-perceived service roles*  
Persepsi pelanggan tentang tingkat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya, konsumen terlibat dalam proses pemberian jasa.
6. *Situational factors*  
Merupakan segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, berada diluar kendali penyedia jasa.
7. *Positive word of mouth*  
Bersumber dari orang lain yang terpercaya (para ahli, teman, keliarga dan publikasi media massa) lebih cepat diterima sebagai referensi karena pelanggan sering mengalami kesulitan mengevaluasi jasa yang belum dirasakan sendiri.

Jadi bisa disimpulkan dari definisi beberapa ahli bahwa harapan konsumen merupakan keinginan dari kebutuhan konsumen terhadap produk jasa yang digunakan.

### **2.2.2. Model Kepuasan Konsumen**

Menurut Lovelock & Wirtz (2011 : 74) kepuasan adalah “suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan”.

Dan menurut Fandy Tjiptono (2008 : 30) model kepuasan konsumen dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda yaitu, perspektif psikologis dan perspektif TQM (*Total Quality Management*), sebagai berikut :

1. Perspektif psikologis terdapat dua model kepuasan pelanggan, yaitu model kognitif dan model afektif.
  - a. Model Kognitif
 

Pada model ini, penilaian pelanggan didasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain, penilaian tersebut didasarkan pada selisih atau perbedaan antara yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan yang sebenarnya (persepsinya atau yang dirasakannya), maka pelanggan akan sangat puas terhadap produk / jasa tersebut. Sebaliknya, bila perbedaan antara yang ideal dan sebenarnya (yang dipersepsikan) itu semakin besar, maka semakin tidak puas pelanggan tersebut.
  - b. Model Afektif
 

Model afektif menyatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk atau jasa tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional, namun juga berdasarkan perhitungan rasional, namun juga berdasarkan kebutuhan subyektif, aspirasi dan pengalaman. Fokus model afektif ini dititikberatkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behaviour*), emosi, perasaan spesifik (apresiasi, kepuasan, keengganan, dan lain-lain), suasana hati (*mood*), dan lain-lain. Maksud dari fokus ini adalah agar dapat dijelaskan dan diukur tingkat kepuasan dalam suatu kurun waktu (longitudinal).
2. Perspektif TQM (*Total Quality Management*)
 

*Total Quality Management* (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya. Sistem manajemen TQM berlandaskan pada usaha mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada keputusan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

### **2.2.3. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Menurut Kotler dikutip dalam Danang Sunyoto (2013:229) mengidentifikasi empat metode

untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, dan survei kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan saran. Misal: dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan customer hot lines. Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang muncul.

2. *GhostShopping*

*Ghost shopping* salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap perusahaan dan pesaing. Dengan dasar ini mereka akan mendapatkan suatu informasi untuk mengerti kekuatan-kekuatan dan kelemahan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman pembeli produk-produk selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaingnya.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogianya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, akan tetapi pemantauan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggap balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus kepada para pelanggannya.

Adapun teknik yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, yaitu :

1. Responden atau pelanggan diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapan mereka terhadap produk tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan setelah menggunakan produk tersebut.
2. Pelanggan diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi terkait dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan terhadap saran mereka.

3. Responden diharapkan merangking elemen dari penawaran menurut derajat kepentingan elemen dan seberapa baik perusahaan bekerja dari setiap elemen tersebut.
4. Pengukuran ini dapat dilakukan langsung dengan pertanyaan seperti “seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT. Rocket Manajemen pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, puas, sangat puas.

Menurut Kotler (1994) dalam buku J. Supranto (2012:397) teknik mengukur kepuasan pelanggan dengan metode survey dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara berikut :

1. *Directly Reported Satisfaction*  
Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapkan seberapa puas saudara terhadap kinerja suatu perusahaan pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”.
2. *Derives Dissatisfaction*  
Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapannya terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar kenyataan yang dirasakan.
3. *Problem Analysis*  
Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan saran-saran yang berguna dalam melakukan perbaikan-perbaikan.
4. *Importance-Performance Analysis*  
Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

#### **2.2.4. Menarik dan Mempertahankan Konsumen**

Konsumen adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performa kita atau perusahaan manajemen. Menarik pelanggan adalah cara yang dilakukan terutama oleh bagian pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru.

Menurut Kotler (2009 : 55) untuk menarik dan mempertahankan konsumen atau memperoleh konsumen dituntut keterampilan yang cukup adalah sebagai berikut

1. Mengumpulkan petunjuk, yaitu perusahaan mengembangkan iklan dan memajangkannya di media yang akan mencapai calon-calon konsumen yang baru.
2. Pengkualifkasian petunjuk, yaitu mengkualifikasi orang yang dicurangi yang benar-benar merupakan calon yang baik, dan tugas

itu dilakukan dengan mewawancarai mereka, memeriksa keadaan keuangan mereka dan lainnya.

3. Pengkorvesian konsumen, yaitu melakukan presentasi, menjawab keberatan-keberatan menegosiasi syarat-syarat penjualan yang bersifat final.

J. Supranto (2011 : 236) mengatakan terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen, antara lain adalah :

1. Memberi potongan harga kepada konsumen setia.
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing, sehingga konsumen merasa puas dan tidak akan beralih ke pesaing.

Menurut Nasution (2010:59) mempertahankan konsumen adalah bagaimana mempertahankan supaya konsumen tetap loyal dengan satu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain, hampir dalam semua situasi bisnis, lebih mahal untuk mencari konsumen baru dibandingkan mempertahankan yang sudah ada. Berikut ini menjelaskan cara mempertahankan pelanggan, antara lain :

1. Berikan perhatian before dan after sales  
Sebagian besar pelaku pasar hanya fokus terhadap penawaran yang akan mereka sampaikan, tanpa memperhatikan keinginan konsumen. Kesalahan inilah yang sering membuat para konsumen melakukan penolakan secara langsung terhadap para sales, sebab mereka menganggap para sales hanya akan berpromosi menawarkan sebuah barang. Karenanya untuk menciptakan kepuasan konsumen, berikan perhatian khusus kepada para konsumen baik sebelum terjadi transaksi pembelian maupun pasca pembelian. Misalnya saja dengan membagikan katalog menarik untuk memancing minat konsumen, serta memberikan garansi khusus pada produk unggulan yang Anda pasarkan.
2. Ciptakan sebuah hubungan yang saling menguntungkan  
Dalam memasarkan sebuah produk, tak jarang para pelaku pasar atau pedagang lebih mendominasi komunikasi yang terbangun. Mereka memosisikan para konsumen sebagai pendengar, dan pemasar sebagai narasumber utamanya. Strategi pemasaran seperti ini tentunya terbilang kuno, sebab sekarang ini para konsumen sudah mulai cerdas dan bisa menentukan produk-produk unggulan yang bisa memenuhi kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, pastikan hubungan yang terbangun antara konsumen dan pelaku pasar bisa seimbang dan saling menguntungkan.
3. Lakukan *follow up* pasca penjualan.  
Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, ada baiknya Anda mencatat semua customer yang pernah membeli produk Anda dan

mencoba melakukan follow up ulang pasca pembelian pertama. Meskipun cara ini sangatlah mudah, namun sampai hari ini belum semua pelaku usaha melakukannya. Biasanya mereka kurang peduli dengan prospek yang sudah dimiliki, dan cenderung mencari sasaran (konsumen baru) dibandingkan harus mem-follow up ulang konsumen-konsumen yang pernah melakukan pembelian di perusahaan mereka.

4. Tawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas konsumen  
Seperti halnya mall-mall besar maupun pusat perbelanjaan di kota-kota besar yang biasanya menawarkan program premium atau kartu keanggotaan untuk menjaga loyalitas para pelanggan. Anda pun juga bisa mencoba program tersebut untuk membangun loyalitas konsumen. Mulailah dengan menawarkan sebuah keanggotaan atau member khusus yang akan memberikan banyak keuntungan bagi para pelanggan setia Anda. Misalnya saja menawarkan diskon khusus bagi para konsumen yang memiliki kartu keanggotaan, atau menawarkan bonus tertentu bagi para member yang berbelanja cukup banyak di perusahaan Anda.
5. Berikan keuntungan bagi pelanggan setia Anda  
Selain menawarkan program menarik untuk menjaga loyalitas konsumen, Anda juga bisa menjalin kerjasama dengan para pelanggan setia Anda. Tawarkan peluang bisnis bagi para konsumen yang bisa memberikan untung besar bagi mereka dan sekaligus bisa membantu Anda dalam meningkatkan pemasaran produk. Contohnya saja dengan membuka program reseller untuk para konsumen yang tertarik memasarkan produk Anda. Strategi ini tidak hanya menguntungkan para reseller, namun juga mendorong para pelanggan untuk melakukan pembelian berulang-ulang.

Mempertahankan pelanggan merupakan bagaimana mendapatkan pelanggan (*customer*) potensial yang baru sertamampu mempertahankan supaya pelanggan yang lama tetap loyal dengan satu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. Pelanggan merupakan bagian yang sangat terpenting bagi perusahaan, karena dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

#### **2.2.5. Strategi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandi Tjiptono (2008:193) “strategi kepuasan pelanggan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori strategi pra pembelian, strategi saat pembelian, serta strategi berkesinambungan”.

1. Strategi pra-pembelian, pemasar harus memperhatikan secara cermat yaitu :

- a. Program edukasi pelanggan berkenaan dengan peran hak dan kewajiban pelanggan dalam proses penyampaian layanan.
  - b. Membuat janji yang realistis dan aturan dalam berkomunikasi pemasaran.
  - c. Memanfaatkan riset pasar untuk lebih memahami ekspektasi pelanggan.
  - d. Bila memungkinkan memberikan garansi tanpa syarat.
2. Strategi saat dan paska pembelian, tipe ini terdiri atas empat strategi yaitu :
- a. Aftermarketing, menekankan pentingnya konsep *customer lifetime value* yang menggambarkan bahwa semakin lama perusahaan mampu mempertahankan seorang pelanggan bersangkutan bagi perusahaan.
  - b. Strategi retensi pelanggan, membagi pelanggan ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki perilaku belanja yang sama, menggunakan harga dan merk standar, berfokus pada penciptaan manfaat ekonomi dan nonekonomi.
  - c. Strategi pemulihan layanan, secara garis besar aktifitas yang diperlukan dalam rangka pemulihan layanan yaitu respons, informasi, tindakan dan kompensasi.
  - d. Strategi berkesinambungan, strategi dalam tipe ini meliputi *relationship marketing and management, superior customer service*, dan teknologi infusio strategi.

Menurut Scaar (1991) dalam Fandy Tjiptono (2008:41) “Strategi pelayanan adalah menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesain. Hal ini membutuhkan upaya besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior”.

Mayantoko (2013) dalam Gerson (2012:61) menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kecepatan pelayanan; dilihat dari kecepatan memberikan tanggapan, penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan.
2. Keramahan karyawan; dilihat dari perilaku sopan santun, tutur kata, penampilan yang menarik.
3. Pengetahuan karyawan; mampu menjelaskan dengan memuaskan, memberikan advokasi dan solusi alternatif.
4. Jumlah pelayanan yang tersedia; yaitu rasio-rasio tempat pelayanan dengan yang dilayani atau rasio jumlah aparat dengan yang dilayani.
5. Tampilan formalitas; dilihat dari ketersediaan sarana pendukung, kerapihan dan kenyamanan tempat kerja.

### 3.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Rizki Ramadhan (2013) mengadakan penelitian tentang Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang BSD. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang BSD. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank Muamalat Cabang BSD dengan jumlah sampel berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan metode korelasi Pearson. Hasil penelitian berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil analisis korelasi dimana nilai sig dari setiap variabel kurang dari 0,05. Jika berdasarkan kriteria Suliyanto, kelima variabel independen memiliki hubungan yang cukup dimana responsiveness memiliki koefisien korelasi 0.636, reliability 0.608, assurance 0.606, empathy 0.524, dan tangibles 0,657. Semua nilai korelasi berada pada interval  $0.50 < r < 0.60$ .

Junaidi Safitri (2014) mengadakan penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari enam dimensi kualitas pelayanan yaitu kepatuhan syariah, jaminan, kehandalan, bukti langsung, empati, dan ketanggapan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah cabang Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening dan tabungan Bank BRI Syariah cabang Yogyakarta yang tersebar pada tiap-tiap kantor cabang pembantu diseluruh daerah Yogyakarta. Sampel berjumlah 200 nasabah diambil dengan menggunakan teknik probability sampling dengan memakai prosedur simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dengan angka statistik Compliance (koefisien path = 0,168, C.R = 2,370, dan p = 0,018); Assurance ( koefisien path = 0,159, C.R = 1,966, dan p = 0,049); Tangibles (koefisien path = 0,205, C.R = 2,309, dan p = 0,021); Empathy (koefisien path = 0,176, C.R = 2,131, dan p = 0,033); dan Responsiveness (koefisien path = 0,236, C.R = 2,317, dan p = 0,021).

Megawati Syahril (2014) mengadakan penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pajajaran Bogor. Permasalahan yang dihadapi Bank Rakyat Indonesia dalam menjalankan bisnisnya adalah sebagaimana memiliki tata cara pelayanan teller lebih diutamakan dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan serta pemupuk dana masyarakat. Kepuasan nasabah akan terwujud jika perusahaan dapat memenuhi harapan, karena hal ini mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah dimasa yang akan datang. Dalam upaya mempertahankan nasabah Bank Rakyat Indonesia. Untuk

meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan meningkatkan pelayanan melalui peranan teller dan CSO karena bagian tersebut yang paling sering didatangi oleh nasabah untuk melakukan transaksi. Hasil pengujian dari hasil persentase delapan belas atribut pelayanan yang ada di Bank BRI Cabang Bogor sudah baik. Hasil rata-rata tingkat kepuasan terhadap tingkat kinerja dan harapan nasabah Bank Rakyat Indonesia dari Tingkat Kesesuaian  $88,07\% <$  dari  $100\%$ . Maka dari hasil perhitungan tersebut dapat dikatakan bahwa pelayanan teller Bank BRI belum memenuhi kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji Importance Performance Analysis, Atribut pelayanan yang berada di kuadran A dinilai oleh konsumen penting tetapi kinerja atribut pelayanan tersebut belum baik, sehingga konsumen kurang puas. Atribut pelayanan yang berada di kuadran B atribut pelayanan ini dinilai penting dan kinerjanya dinilai bagus sehingga konsumen puas. Atribut pelayanan ini di nilai penting dan kinerjanya di nilai bagus sehingga konsumen puas. Atribut pelayanan yang berada di kuadran C atribut ini di nilai kurang penting oleh nasabah dan kinerjanya kurang baik sehingga konsumen kurang puas. Atribut pelayanan yang berada di kuadran D atribut pelayanan ini di nilai kurang penting oleh nasabah tetapi kinerjanya cukup baik sehingga di nilai berlebihan oleh nasabah.

### **3.4. Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian**

Kualitas pelayanan suatu perusahaan akan menjadi salah satu faktor yang paling utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, perusahaan akan tetap berdiri dan terus berkembang jika senantiasa memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas dan setia menggunakan jasa perusahaan.

Penelitian ini dimulai dengan memperhatikan kualitas pelayanan, menurut Fandy Tjiptono (2008:240), kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dikutip dalam Fandy Tjiptono (2016:137), kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

1. *Reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati
2. *Resposiveness* berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat
3. *Assurance* yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa

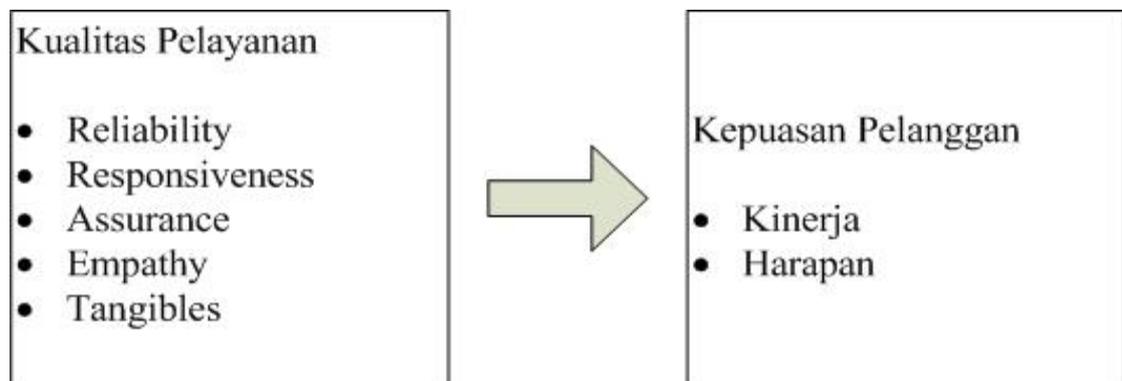
menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan

4. *Empathy* berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman
5. *Tangibles* berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan

Berdasarkan identifikasi dimensi kualitas pelayanan tersebut kemudian dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2016:227) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Apabila yang dirasakan konsumen melebihi dari apa yang diharapkan, berarti konsumen telah terpenuhi kepuasannya. Bila konsumen telah merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut bila dikemudian hari muncul kebutuhan yang sama.

Berdasarkan dari kerangka pemikiran, maka dapat dibuat konstelasi penelitian sebagai berikut :



**Gambar 4**  
**Konstelasi Penelitian**

### **3.5. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan dari landasan teori-teori yang ada, maka peneliti dapat mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang ada di PT. BPR Dana Mandiri Bogor cukup baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan di PT. BPR Dana Mandiri Bogor cukup baik.
3. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. BPR Dana Mandiri Bogor terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif *eksploratif* dengan metode penelitian studi kasus yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan masalah yang akan dipecahkan. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik kualitatif.

#### **3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan empati, serta kepuasan konsumen dengan indikator kinerja dan harapan.

Unit analisis yang digunakan adalah data dari perusahaan dan data yang diperoleh dari nasabah yang menentukan tingkat kepuasan nasabah pada kualitas pelayanan di bank BPR Dana Mandiri Bogor.

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri perbankan yang berlokasi di Jl. Raya Puncak No. 402 Kec. Ciawi Bogor.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah jenis data kualitatif yang merupakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang dikumpulkan berupa :

1. Data internal organisasi yang meliputi visi, misi, dan tujuan organisasi, struktur organisasi, sumber daya manusia, secara kualitatif dan kuantitatif.
2. Data eksternal organisasi meliputi ekonomi, sosial dan kebijakan pemerintah.

Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung organisasi. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari laporan perusahaan atau literatur yang dimiliki oleh perusahaan baik data internal perusahaan maupun data eksternal.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 5**  
**Operasionalisasi Variabel**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**  
**Bank BPR Dana Mandiri Bogor**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	1. Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang cepat dan tepat</li> <li>• Prosedur pelayanan jelas dan mudah dipahami</li> <li>• Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik</li> <li>• Kemudahan memperoleh informasi</li> </ul>	Ordinal
	2. Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan tanggap dalam melayani konsumen</li> <li>• Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen</li> <li>• Ketersediaan nomor telepon pelayanan</li> <li>• Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen</li> </ul>	
	3. Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan memberikan informasi seputar pelayanan dan detail jasa yang ditawarkan dengan jelas</li> <li>• Karyawan bersikap Profesional</li> <li>• Karyawan bersikap ramah dan sopan</li> <li>• Keakuratan selama proses pelayanan</li> </ul>	
	4. Empati	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik</li> <li>• Kesungguhan merespon keluhan dan saran</li> <li>• Keramahan petugas</li> </ul>	
	5. Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tersedia tempat parkir yang memadai</li> <li>• Tersedia fasilitas yang memadai</li> <li>• Kerapihan karyawan</li> <li>• Kondisi gedung dan fasilitas yang baik</li> <li>• Kebersihan dan kenyamanan ruangan</li> </ul>	
Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harapan</li> <li>2. Kinerja</li> </ol>	Tingkat kepuasan (kinerja melebihi harapan)	Ordinal

### 3.5 Metode Penarikan Sample

Metode penarikan sample bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Dalam penentuan ukuran sample dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu :

$$N = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persen tingkat kesalahan/error (1%, 5%, 10%)

Metode penarikan sample ini menggunakan populasi nasabah yang datang ke Bank BPR Dana Mandiri Bogor pada tahun 2016 sebanyak 22.547 nasabah. Dengan banyaknya jumlah konsumen, penulis membatasi penelitian dengan hanya menggunakan sample rata-rata jumlah nasabah perbulan yaitu 1878 nasabah.

Tabel 6  
Jumlah Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor  
Tahun 2016

Bulan	Jumlah Nasabah
Januari	1799
Februari	1780
Maret	1755
April	1789
Mei	1842
Juni	1889
Juli	1991
Agustus	1970
September	1990
Oktober	1947
November	1998
Desember	1976
<b>Total</b>	<b>22547</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1878</b>

Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)

Dengan menggunakan rumus Slovin dan dikarenakan tingkat populasi yang besar maka cara pengambilan sampelnya menggunakan tingkat kesalahan 5%. Perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{1878}{1 + 1878 (0.05)^2}$$

$$n = 329,762$$

Jumlah sampel yang di ambil dibulatkan menjadi 330 orang untuk memudahkan perhitungan.

Metode penarikan yang dipakai dalam penelitian adalah dengan cara penarikan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*) dengan metode purposive

sampling, yaitu dengan sengaja menentukan atau memilih responden yang akan diteliti.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan beberapa cara yaitu :

1. Observasi langsung yaitu dengan melakukan pengamatan langsung dilapangan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung kegiatan karyawan di Bank BPR Dana Mandiri Bogor.
2. Wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak yang berwenang atau berkepentingan yaitu berbicara langsung dengan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor dengan sebuah pertanyaan yang sudah dibuatkan.
3. Kuesioner, yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai keluhan apa saja yang sering konsumen utarakan pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor.
4. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan secara manual dengan memfotocopy buku atau literatur atau laporan dari perusahaan dan mengumpulkan data dengan mengunduh media online berupa data dari media massa cetak atau website resmi perusahaan, atau data dari pihak manajemen Bank BPR Dana Mandiri Bogor.

### **3.7 Pre Test, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

- 1 Penulis melakukan pre-test untuk memberikan informasi mengenai pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Jika ditemukan kalimat yang kurang dipahami maka penulis akan mengubah dan melakukan perbaikan atas pertanyaan tersebut. Selain itu, melalui pre-test diharapkan dapat melihat dan memperkirakan arah hasil penelitian secara dini. Pre-test dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 30 responden yang memiliki karakteristik sama dengan responden utama, yaitu responden yang sedang berada di Bank BPR Dana Mandiri Bogor, dengan 20 atribut pertanyaan.
- 2 Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah alat uji yaitu kuesioner. Validitas mengukur ketepatan pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Penulis menggunakan program computer dengan SPSS. Taraf signifikan yang digunakan sebesar 5%. Pengambilan keputusannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir dari pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan tidak valid. Penulis melakukan pre-test terhadap 30 responden yang merupakan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor, diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Nilai  $r_{tabel}$  ini selanjutnya digunakan untuk kriteria validitas item-item kuesioner. Untuk dapat dinyatakan valid, koefisien korelasi item total harus lebih besar dari 0,374. Berikut adalah tabel hasil uji validitas :

Tabel 7  
Hasil Uji Validitas  
Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi Penelitian (Indikator)	Ukuran	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
<b>Nilai yang diharapkan</b>			0,374	> 0,374	Valid / Tidak Valid
1	Keandalan	Pelayanan yang cepat dan tepat	0,374	0,785	Valid
		Prosedur pelayanan jelas dan mudah dipahami	0,374	-0,262	Tidak Valid
		Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik	0,374	0,640	Valid
		Kemudahan memperoleh informasi	0,374	0,838	Valid
2	Daya Tanggap	Karyawan tanggap dalam melayani konsumen	0,374	0,706	Valid
		Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen	0,374	0,752	Valid
		Ketersediaan nomor telepon pelayanan	0,374	0,733	Valid
		Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen	0,374	0,733	Valid
3	Jaminan	Karyawan memberikan informasi seputar pelayanan dan detail jasa yang ditawarkan dengan jelas	0,374	0,243	Tidak Valid
		Karyawan bersikap profesional	0,374	0,535	Valid
		Karyawan bersikap ramah dan sopan	0,374	0,838	Valid
		Keakuratan selama proses pelayanan	0,374	0,775	Valid
4	Empati	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	0,374	0,706	Valid
		Kesungguhan merespon keluhan dan saran	0,374	0,752	Valid
		Keramahan petugas	0,374	0,733	Valid
5	Bukti Fisik	Tersedia tempat parkir yang memadai	0,374	0,733	Valid
		Tersedia fasilitas yang memadai	0,374	0,230	Tidak Valid
		Kerapihan karyawan	0,374	0,535	Valid
		Kondisi gedung dan fasilitas yang baik	0,374	0,785	Valid
		Kebersihan dan kenyamanan ruangan	0,374	0,435	Valid

Berdasarkan uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan, diketahui bahwa dari 20 atribut pertanyaan dengan nilai r tabel sebesar 0,374 dan dapat dinyatakan valid sebanyak 17 butir, sedangkan sisanya 3 butir dinyatakan tidak valid.

### 3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas digunakan untuk mengukur kekonsistenan responden dalam memberikan jawaban. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program computer dengan SPSS. Untuk pengambilan keputusan, butir pertanyaan dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Pengujian dilakukan dengan fasilitas Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ .

Tabel 8  
Hasil Uji Reliabilitas  
Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi Penelitian (Indikator)	Ukuran	Alpha Batas	Cronbach's Alpha	Kriteria
Nilai yang diharapkan			0,60	$> 0,60$	Reliabel / Tidak Reliabel
1	Keandalan	Pelayanan yang cepat dan tepat	0,60	0,907	Reliabel
		Prosedur pelayanan jelas dan mudah dipahami	0,60	0,941	Reliabel
		Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik	0,60	0,912	Reliabel
		Kemudahan memperoleh informasi	0,60	0,906	Reliabel
2	Daya Tanggap	Karyawan tanggap dalam melayani konsumen	0,60	0,910	Reliabel
		Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen	0,60	0,908	Reliabel
		Ketersediaan nomor telepon pelayanan	0,60	0,909	Reliabel
		Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen	0,60	0,909	Reliabel
3	Jaminan	Karyawan memberikan informasi seputar pelayanan dan detail jasa yang ditawarkan dengan jelas	0,60	0,921	Reliabel
		Karyawan bersikap profesional	0,60	0,914	Reliabel
		Karyawan bersikap ramah dan sopan	0,60	0,906	Reliabel
		Keakuratan selama proses pelayanan	0,60	0,908	Reliabel
4	Empati	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	0,60	0,910	Reliabel
		Kesungguhan merespon keluhan dan saran	0,60	0,908	Reliabel
		Keramahan petugas	0,60	0,909	Reliabel
5	Bukti Fisik	Tersedia tempat parkir yang memadai	0,60	0,909	Reliabel
		Tersedia fasilitas yang memadai	0,60	0,921	Reliabel
		Kerapihan karyawan	0,60	0,914	Reliabel
		Kondisi gedung dan fasilitas yang baik	0,60	0,907	Reliabel
		Kebersihan dan kenyamanan ruangan	0,60	0,916	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan, diketahui bahwa dari 20 atribut pertanyaan dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,60 dan dapat dinyatakan reliable sebanyak 20 butir.

### 3.8 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan di Bank BPR Dana Mandiri Bogor, dan memperoleh gambaran secara mendalam, dan objektif mengenai penerapan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor.

#### 2. Tanggapan Total Responden

Rumus Tanggapan total responden

$$= \frac{\text{Skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana :

$$\text{Rentang} = \% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}$$

$$\text{Kelas} = 5 \text{ (sesuai dengan skala likert)}$$

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah :

$$\text{Interval} = \frac{100-0}{5} = 20$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan pada tabel berikut :

Interval (%)	Kriteria
0 – 20	Sangat Tidak Baik
21 – 40	Tidak Baik
41 – 60	Cukup Baik
61 – 80	Baik
81 – 100	Sangat Baik

#### 3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, variabel-variabel yang mempunyai Asymp. Sig (2-tailed). Adapun pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut :

1. Jika  $\alpha > 0,05$  = data berdistribusi normal
2. Jika  $\alpha < 0,05$  = data tidak berdistribusi normal

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel kualitas pelayanan (independen). Apabila terjadi korelasi antara variabel kualitas pelayanan, maka terdapat problem multikolinearitas pada model regresi tersebut.

Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi dapat dideteksi melalui hal-hal sebagai berikut :

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel tertentu.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
3. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menjelaskan ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik Flot antara nilai prediksi variabel terikat ( $Z_{pred}$ ) dengan residualnya ( $S_{resia}$ ). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

#### 4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berikut rumus yang digunakan :

Rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = nilai korelasi

## 5. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepuasan konsumen.

Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1K + b_2DT + b_3J + b_4E + b_5BF + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi keandalan,

b<sub>2</sub> = koefisien regresi daya tanggap,

b<sub>3</sub> = koefisien regresi jaminan,

b<sub>4</sub> = koefisien regresi empati,

b<sub>5</sub> = koefisien regresi bukti fisik,

## 6. Uji Hipotesis Koefisien Regresi

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh nyata kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan untuk membuktikan apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak, maka perlu melakukan uji hipotesis koefisien regresi.

Langkah-langkahnya :

a) Menentukan hipotesis statistik

Ho :  $\beta_i \leq 0 \Rightarrow$  kualitas pelayanan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen.

Ha :  $\beta_i > 0 \Rightarrow$  kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan konsumen.

b) Menentukan nilai  $t_{tabel}$

Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel t dengan menggunakan nilai  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n - 2$

$t_{hitung}$  dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

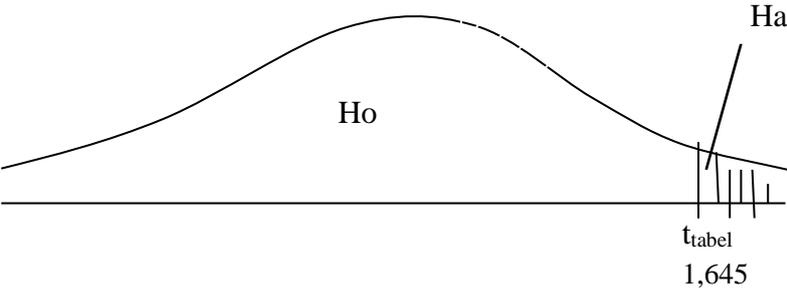
$$t_h = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

$t_h$  = t hitung

b = koefisien regresi

sb = standar error koefisien regresi





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Hasil Pengumpulan Data**

##### **4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPR Dana Mandiri Bogor**

PT. BPR Dana Mandiri Bogor adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, khususnya pelayanan micro-productive. Sebelumnya bernama PT. BPR Para sahabat Bogor, berdasarkan Akta Notaris Augustianne Marbun, SH No. 28 tanggal 17 Mei 2004 dengan melalui proses akuisisi perusahaan mengganti nama dengan PT. Bank Perkreditan Rakyat Arta Sentosa.

Kemudian pada tahun 2013 mengalami akuisisi kembali berdasarkan Akta Notaris Putut Mahendra, SH No. 03 tanggal 09 September 2013 dan pada tanggal 02 Juli 2014 berdasarkan Akta Notaris Rosdiana, SH berganti nama menjadi PT. BPR Dana Mandiri Bogor dan telah mendapat persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tertanggal 02 Oktober 2014.

Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misi, PT. BPR Dana Mandiri Bogor menetapkan nilai-nilai perusahaan sebagai budaya perusahaan. Budaya perusahaan tersebut mencerminkan semangat perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Nilai-nilai budaya yang ada dalam perusahaan yaitu panggilan hati, integrasi, kerjasama, penghargaan dan kesempurnaan. Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, maksud dan tujuan perusahaan adalah menjalankan usaha dalam bidang Bank Perkreditan Rakyat yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

- Menghimpun dana masyarakat dalam bentuk Deposito Berjangka dan Tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- Menyediakan dan memberikan kredit bagi pengusaha kecil dan masyarakat.
- Menempatkan dana dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), Deposito Berjangka, dana atau tabungan dana di bank lain.
- Membeli melalui pelelangan Agunan baik semua maupun sebagian dalam hal debitur tidak memenuhi kewajibannya kepada Bank, dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib dicairkan secepatnya.

Untuk memberikan layanan yang optimal dan kepuasan pelanggan dalam bertransaksi maka sampai dengan Tahun 2015 PT. BPR Dana Mandiri Bogor sudah memiliki 6 (enam) jaringan Kantor Kas yang terletak di Cibinong, Ciomas, Cigombong, Cisarua, Leuwisadeng dan Parungselain Kantor Pusat di Ciawi. Dan pada tahun 2015 PT. BPR Dana Mandiri Bogor telah membuka cabang di Tangerang Selatan guna memperluas jaringan dan pelayanan yang lebih baik. Hingga akhir 2016 PT. BPR Dana Mandiri Bogor memiliki 289 Karyawan yang tersebar di seluruh wilayah Bogor dan Tangerang.

#### **4.1.2. Kegiatan Usaha**

Dalam memenuhi kebutuhan customer dan pasar bisnis ekonomi yang semakin luas, PT. BPR Dana Mandiri Bogor mempunyai produk-produk dengan kemudahan serta keuntungan menarik dengan bunga yang kompetitif lagi fleksibel dan lebih mengedepankan service oriented dalam melayani customer, diantaranya adalah :

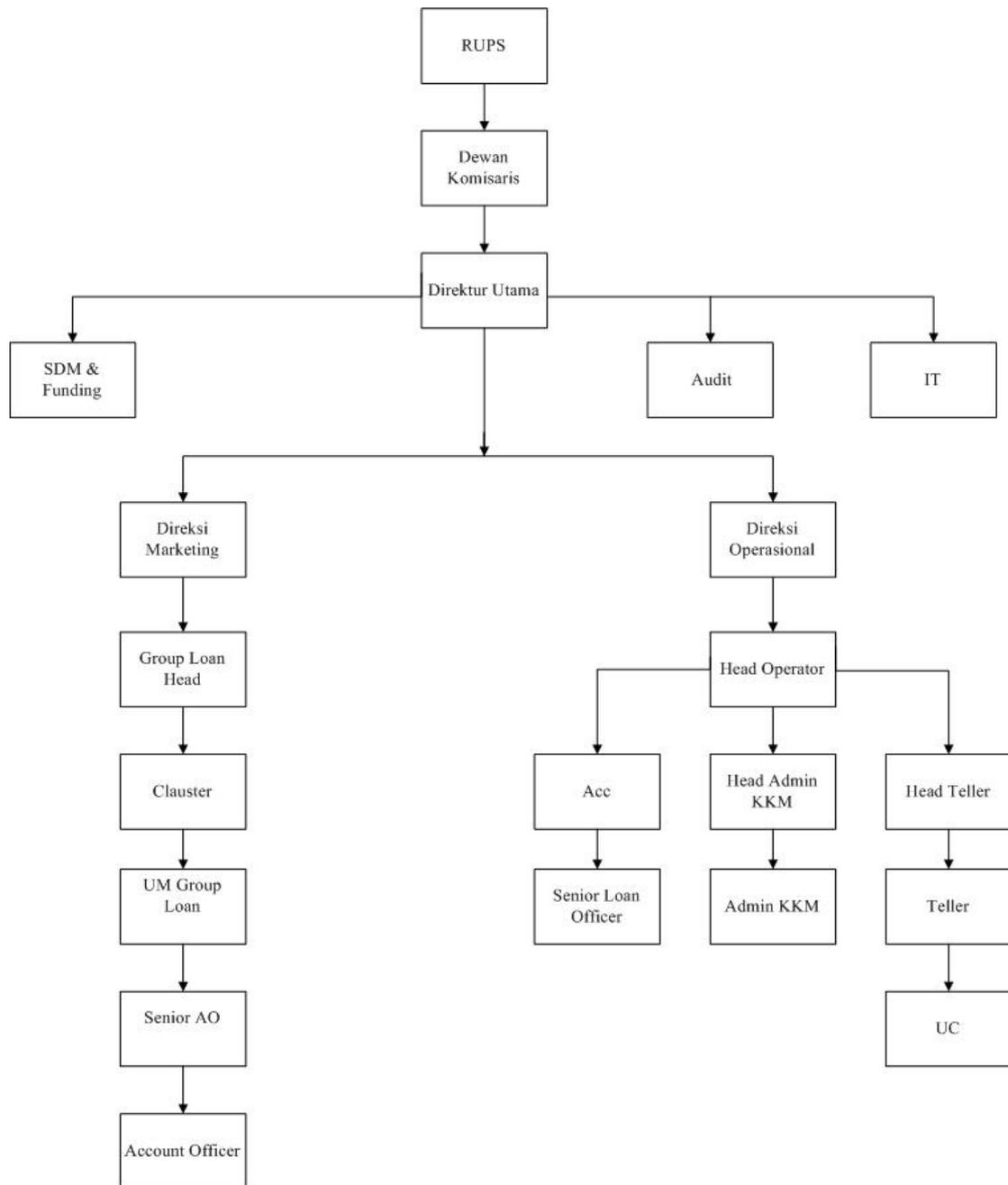
- Tabungan Umum Dana Mandiri  
Adalah simpanan dana dengan bunga sebesar 4% tanpa adanya batasan transaksi
- Deposito  
Simpanan berjangka dengan nominal dan jangka waktu tertentu serta bunga menarik dan beragam keuntungan lainnya.
- Kredit Kelompok Mingguan  
Kredit tanpa jaminan dengan sistem berkelompok dan jangka waktu 50 minggu dimana pinjaman ini lebih mengedepankan kebersamaan antar nasabah.
- Kredit Individual Loan  
Kredit perorangan dengan jaminan BPKB motor dana atau mobil serta sistem pembayaran bulanan.
- Program Kesejahteraan Masyarakat  
Sesuai Visi Misi kami yang berfokus kepada kesejahteraan serta memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk tumbuh dan berkembang, sejak tahun 2014 kami telah memberikan beasiswa kepada 12 (duabelas) anak nasabah yang berprestasi. Program ini sebagai wujud nyata kepedulian serta komitmen kami terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat kedepannya kami akan selalu meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat.

#### **4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas**

##### **4.1.3.1. Struktur Organisasi**

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan berawal dari adanya suatu organisasi yang terencana dengan baik dan bentuk organisasi harus sesuai dengan kebutuhannya agar dapat berjalan secara teratur sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Struktur organisasi akan memperhatikan suatu kerangka kerjasama yang mempersatukan fungsi-fungsi dalam suatu perusahaan dan menunjukkan sub-sub diantara unit-unit perusahaan. sehingga kedudukan, tugas, wewenang serta tanggung jawab menjadi akan jelas sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Adapun struktur organisasi PT. BPR Dana Mandiri Bogor dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Bank BPR Dana Mandiri Bogor (2016)

**Gambar 5**  
**Struktur Organisasi PT. BPR Dana Mandiri Bogor**

#### 4.1.3.2. Uraian Tugas

##### 1. Direktur Utama

- Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan
- Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari direktur bagian
- Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan

2. Direksi Bisnis & Marketing
  - Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan penjualan.
  - Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian
3. Direksi Operasional
  - Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan keuangan
  - Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian
4. SDM & Funding
  - Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah
  - Melakukan kegiatan promosi produk dan jasa
  - Menjaga hubungan baik dsan mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menyimpan uangnya di bank
5. Audit
  - Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh cabang dan melaporkannya dalam bentuk laporan audit
  - Menjalankan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional
  - Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan rugi laba dengan lengkap serta melakukan pemeriksaan terhadap neraca laba rugi tersebut
6. IT
  - Menerima, memprioritaskan dan menyelesaikan permintaan bantuan IT
  - Instalasi, perawatan dan penyediaan dukungan harian baik untuk hardware dan software
  - Menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan laporan departmen regular
7. Account Officer
  - Menyusun rencana dan strategi pemasaran produk mikro KKM yang disesuaikan dengan target pemasaran dan dilaporkan kepada unit manager
  - Melakukan analisis awal terhadap potensi usaha calon nasabah sehingga kualitas kredit yang akan diberikan dapat terjaga sejak awal
  - Melakukan pemeliharaan atau mempertahankan pencapaian target atau portofolio yang ditangani

#### **4.2. Data Profil Responden**

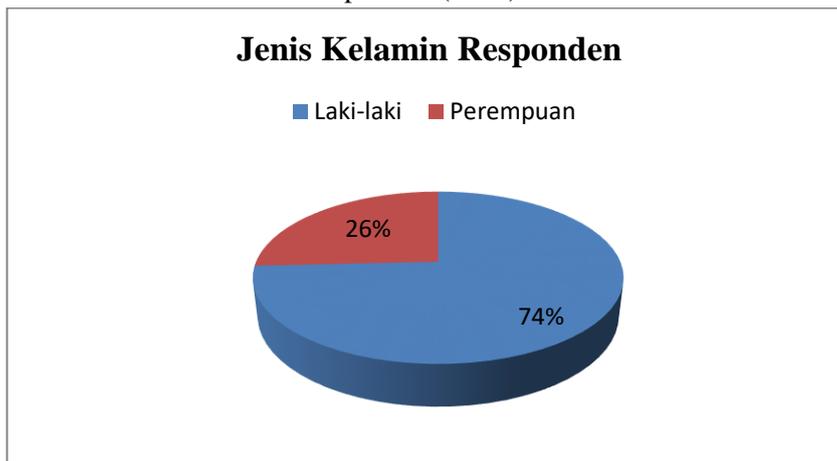
Penelitian ini menggunakan lima kriteria untuk mengetahui profil dari responden, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan lama menjadi nasabah. Berikut ini adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada 330 responden Bank BPR Dana Mandiri Bogor.

## 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 9  
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	245	74%
2	Perempuan	85	26%
<b>Jumlah</b>		<b>330</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2017)



Gambar 6  
Jenis Kelamin Responden

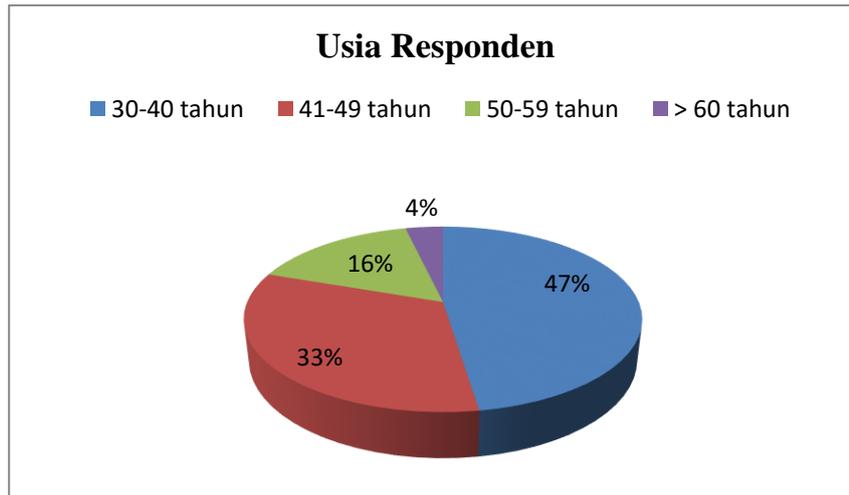
Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin wanita yakni mencapai 74% responden dan jumlah responden wanita sebesar 26% responden

## 2. Usia Responden

Tabel 10  
Usia Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	< 20 Tahun	0	0%
2	30-40 tahun	157	48%
3	41-49 tahun	108	33%
4	50-59 tahun	53	16%
5	> 60 tahun	12	4%
<b>Jumlah</b>		<b>330</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2017)



Gambar 7

## Usia Responden

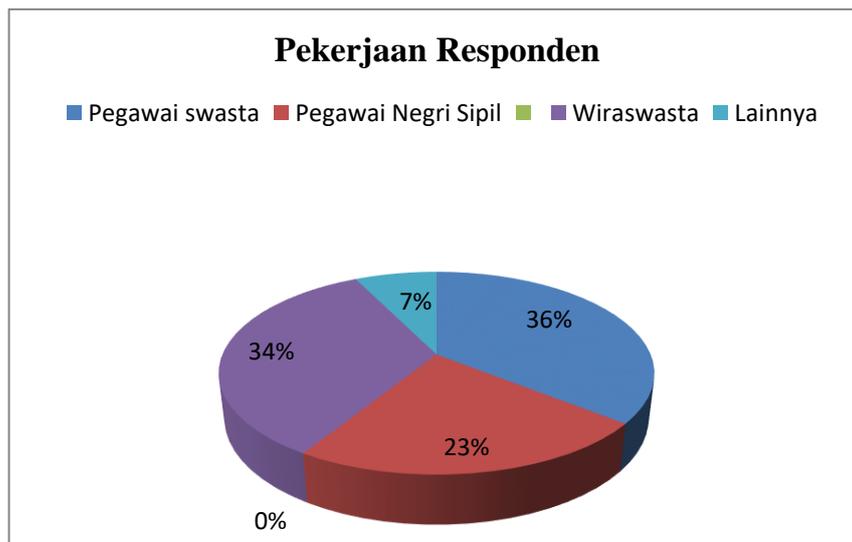
Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar responden adalah nasabah yang berusia 30-40 Tahun mencapai 47% responden, kemudian diikuti kelompok usia 41-49 Tahun sebesar 33%, diikuti kelompok usia 50-59 Tahun sebanyak 16% responden, serta pada usia >60 Tahun sebanyak 4% responden.

## 3. Pekerjaan Responden

Tabel 11  
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1	Pelajar	0	0%
2	Pegawai swasta	118	36%
3	Pegawai Negeri Sipil	76	23%
4	Wiraswasta	112	34%
4	Lainnya	24	7%
<b>Jumlah</b>		<b>330</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2017)



Gambar 8  
Pekerjaan Responden

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar sebanyak 36% responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, kemudian 34% responden bekerja sebagai wiraswasta, 23% responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil, dan diikuti 7% responden yang mengisi lainnya, serta 0% untuk responden pelajar.

#### 4. Pendapatan Responden

Tabel 12  
Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase
1	< Rp. 3.000.000	129	39%
2	Rp. 3.000.000-Rp. 4.000.000	163	49%
3	Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000	29	9%
4	Rp. 5.000.000-Rp. 6.000.000	9	3%
5	> Rp. 6.000.000	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>330</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2017)



Gambar 9  
Pendapatan responden

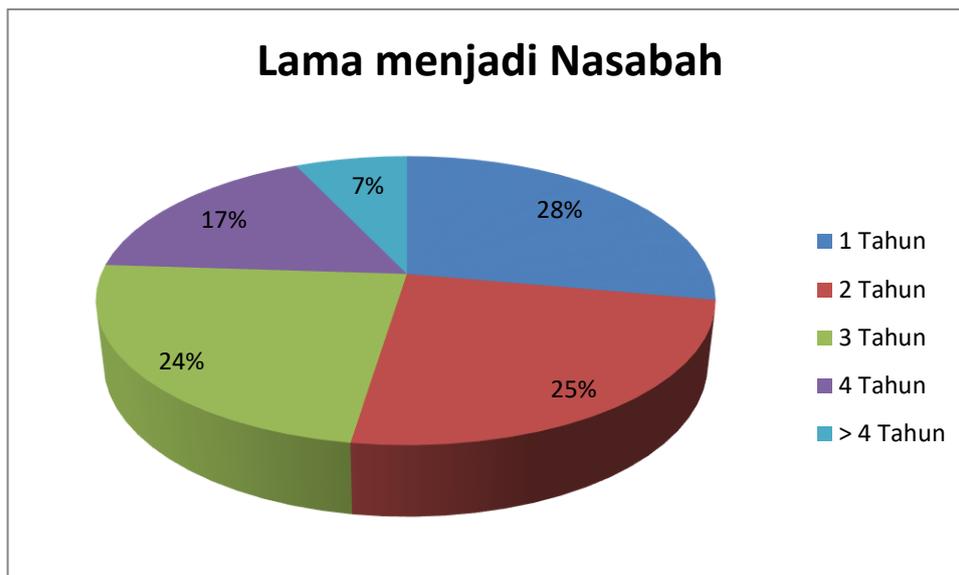
Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar sebanyak 49% responden berpendapatan Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000, kemudian diikuti responden yang berpendapatan < Rp 3.000.000 sebesar 39%, responden yang berpendapatan Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000 sebesar 9%, dan yang terendah responden dengan pendapatan Rp 5.000.000 – Rp. 6.000.000 sebesar 3%, dan responden dengan pendapatan > Rp. 6.000.000 sebesar 0% responden.

5. Lama menjadi Nasabah

Tabel 13  
Lama menjadi Nasabah

No	Lama Nasabah	Jumlah Responden	Presentase
1	1 Tahun	92	28%
2	2 Tahun	81	25%
3	3 Tahun	78	24%
4	4 Tahun	56	17%
5	> 4 Tahun	23	7%
<b>Jumlah</b>		<b>330</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2017)



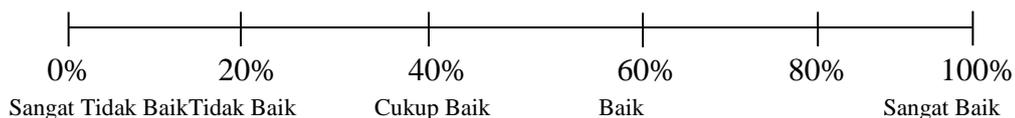
Gambar 10  
Lama menjadi Nasabah

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar responden yang lama menjadi nasabah sebesar 28% responden di miliki oleh responden 1 Tahun, kemudian 25% responden oleh responden 2 Tahun, 24% responden oleh responden 3 Tahun, 17% responden oleh responden 4 Tahun, dan 7% responden oleh responden >4 Tahun.

### 4.3. Hasil Penelitian

#### 4.3.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor

Untuk mengetahui seperti apa penerapan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BPR Dana Mandiri Bogor, penulis menggunakan metode analisis total tanggapan responden dari hasil kuesioner yang telah di isi oleh responden langsung, lalu dinilai dengan seberapa persen tingkat kinerja yang menyatakan sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Adapun kategori rentang yang menjadi tolak ukur menentukannya adalah sebagai berikut :



#### 1. Keandalan (*Reliability*)

- a. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan pelayanan cepat dan tepat dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 14  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bank Dapat Menyelesaikan Pelayanan Cepat dan Tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	123	37.27%	615
Baik	4	207	62.73%	828
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1443</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 14 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 207 atau 62,73% memilih baik dari total banyaknya responden.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1443}{1650} \times 100\% = 87,45\%$$

Tabel 15  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	87,45%

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 15 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 87,45% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan koresponden tentang pelayanan Bank yang cepat dan tepat.

b. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan dapat menyelesaikan keluhan dengan baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 16  
Pernyataan Responden  
Bank Dapat Menyelesaikan Keluhan Dengan Baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	278	84.24%	1390
Baik	4	52	15.76%	208
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1598</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 16 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 278 atau 84,24% memilih sangat baik dari total banyaknya koresponden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1598}{1650} \times 100\% = 96,85\%$$

Tabel 17

Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	96,85

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 17 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 96,85% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan responden tentang pernyataan Bank dapat menyelesaikan keluhan dengan baik.

c. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan kemudahan memperoleh informasi dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 18

Pernyataan Responden

Kemudahan Memperoleh Informasi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	167	50.61%	835
Baik	4	163	49.39%	652
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1487</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 18 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 167 atau 50.61% memilih sangat baik dari total banyaknya koresponden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1487}{1650} \times 100\% = 90,12\%$$

Tabel 19  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	90,12

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 19 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 90,12% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan koresponden tentang kemudahan memperoleh informasi.

## 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- a. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan karyawan tanggap dalam melayani konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 20  
Pernyataan Responden  
Karyawan Tanggap Dalam Melayani Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	267	80.91%	1335
Baik	4	63	19.09%	252
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1587</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 20 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 267 atau 80,91% memilih sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1587}{1650} \times 100\% = 96,18\%$$

Tabel 21  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	96,18

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 21 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 96,18% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan karyawan tanggap dalam melayani konsumen.

- b. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 22  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	244	73.94%	1220
Baik	4	86	26.06%	344
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1564</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 22 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 244 atau 73,94% menyatakan sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1564}{1650} \times 100\% = 94,79\%$$

Tabel 23  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	94,79

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 23 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 94,79% yang berarti tanggapan responden menyatakan baik dari pernyataan karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen.

- c. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan ketersediaan nomor telepon pelayanan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 24  
Pernyataan Responden  
Ketersediaan Nomor Telepon Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	70	21.21%	350
Baik	4	260	78.79%	1040
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1390</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 24 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 260 atau 78,79% memilih baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1390}{1650} \times 100\% = 84,24\%$$

Tabel 25  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	84,24

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 25 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 84,24% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan ketersediaan nomor telepon pelayanan.

d. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan kecukupan karyawan dalam melayani konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 26  
Pernyataan Responden  
Kecukupan Karyawan Dalam Melayani Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	289	87.58%	1445
Baik	4	41	12.42%	164
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1609</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 26 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 289 atau 87,58% memilih sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1609}{1650} \times 100\% = 97,52\%$$

Tabel 27  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	97,52

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 27 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 97,52% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan kecukupan karyawan dalam melayani konsumen.

### 3. Jaminan (*Assurance*)

a. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan karyawan bersikap profesional dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 28  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersikap Profesional

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	290	87.88%	1450
Baik	4	40	12.12%	160
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1610</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 28 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 290 atau 87,88% memilih sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1610}{1650} \times 100\% = 97,58\%$$

Tabel 29  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	97,58

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 29 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 97,58% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan karyawan bersikap profesional.

- b. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan karyawan bersikap ramah dan sopan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 30  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersikap ramah dan sopan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	167	50.61%	835
Baik	4	163	49.39%	652
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1487</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 30 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 167 atau 50,61% menyatakan sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$Tanggapan\ Total\ Responden = \frac{1487}{1650} \times 100\% = 90,12\%$$

Tabel 31  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	90,12

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 31 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 90,12% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan karyawan bersikap ramah dan sopan.

- c. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan keakuratan selama proses pelayanan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 32  
Pernyataan Responden  
Keakuratan Selama Proses Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	220	66.67%	1100
Baik	4	110	33.33%	440
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1540</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 32 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 220 atau 66,67% memilih sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1540}{1650} \times 100\% = 93,33\%$$

Tabel 33  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	93,33

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 33 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 93,33% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan keakuratan selama proses pelayanan.

#### 4. Empati (*Empaty*)

- a. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 34  
Pernyataan Responden  
Karyawan Mampu Berkomunikasi Dengan Baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	269	81.52%	1345
Baik	4	61	18.48%	244
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1589</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 34 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 269 atau 81,52% memilih sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1589}{1650} \times 100\% = 96,30\%$$

Tabel 35  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	96,30

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 35 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 96,30% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan karyawan mampu berkomunikasi dengan baik.

b. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan kesungguhan merespon keluhan dan saran dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 36  
Pernyataan Responden  
Kesungguhan merespon keluhan dan saran

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	244	73.94%	1220
Baik	4	86	26.06%	344
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1564</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 36 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 244 atau 73,94% menyatakan sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1564}{1650} \times 100\% = 94,79\%$$

Tabel 37  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	94,79

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 37 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 94,79% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan kesungguhan merespon keluhan dan saran.

- c. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan keramahan petugas dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 38  
Pernyataan Responden  
Keramahan Petugas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	80	24.24%	400
Baik	4	250	75.76%	1000
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1400</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 38 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 250 atau 75,76% memilih baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1400}{1650} \times 100\% = 84,85\%$$

Tabel 39  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	84,85

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 39 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 84,85% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan keramahan petugas.

## 5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

- a. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan tersedia tempat parkir yang memadai dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 40  
Pernyataan Responden  
Tersedia tempat parkir yang memadai

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	75	22.73%	375
Baik	4	255	77.27%	1020
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1395</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 40 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 255 atau 77,27% memilih baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1395}{1650} \times 100\% = 84,55\%$$

Tabel 41  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	84,55

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 41 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 84,55% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan tersedia tempat parkir yang memadai.

- b. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kerapihan karyawan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 42  
Pernyataan Responden  
Kerapihan karyawan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	300	90.91%	1500
Baik	4	30	9.09%	120
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1620</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 42 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 300 atau 90,91% menyatakan sangat baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1620}{1650} \times 100\% = 98,18\%$$

Tabel 43  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	98,18

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 43 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 98,18% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan kerapihan karyawan.

- c. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kondisi gedung dan fasilitas yang baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 44  
Pernyataan Responden  
Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	124	37.58%	620
Baik	4	206	62.42%	824
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1444</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 44 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 206 atau 62,42% memilih baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1444}{1650} \times 100\% = 87,52\%$$

Tabel 45  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	87,52

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 45 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 87,52% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan kondisi gedung dan fasilitas yang baik.

d. Pendapat responden mengenaibukti fisik dengan pernyataan kebersihan dan kenyamanan ruangan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 46  
Pernyataan Responden  
Kebersihan dan kenyamanan ruangan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	133	40.30%	665
Baik	4	197	59.70%	788
Cukup Baik	3	0	0.00%	0
Tidak Baik	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1453</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 46 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 197 atau 59,70% memilih baik dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1453}{1650} \times 100\% = 88,06\%$$

Tabel 47  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	88,06

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 47 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 88,06% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat baik dari pernyataan kebersihan dan kenyamanan ruangan dalam melayani konsumen.

Tabel 48  
Hasil Penerapan Kualitas Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor

No.	Dimensi Penelitian (Indikator)	Ukuran	Persentase (%)	Kategori
1	Keandalan	Pelayanan yang cepat dan tepat	87,45%	Sangat Baik
		Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik	96,85%	Sangat Baik
		Kemudahan memperoleh informasi	90,12%	Sangat Baik
2	Daya Tanggap	Karyawan tanggap dalam melayani konsumen	96,18%	Sangat Baik
		Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen	94,79%	Sangat Baik
		Ketersediaan nomor telepon pelayanan	84,24%	Sangat Baik
		Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen	97,52%	Sangat Baik
3	Jaminan	Karyawan bersikap profesional	97,58%	Sangat Baik
		Karyawan bersikap ramah dan sopan	90,12%	Sangat Baik
		Keakuratan selama proses pelayanan	93,33%	Sangat Baik
4	Empati	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	96,30%	Sangat Baik
		Kesungguhan merespon keluhan dan saran	94,79%	Sangat Baik
		Keramahan petugas	84,85%	Sangat Baik
5	Bukti Fisik	Tersedia tempat parkir yang memadai	84,55%	Sangat Baik
		Kerapihan karyawan	98,18%	Sangat Baik
		Kondisi gedung dan fasilitas yang baik	87,52%	Sangat Baik
		Kebersihan dan kenyamanan ruangan	88,06%	Sangat Baik
<b>Total</b>			<b>1562,43</b>	
<b>N</b>			<b>17</b>	

	<b>Rata-rata</b>	<b>91,90</b>	<b>Sangat Baik</b>
--	------------------	--------------	--------------------

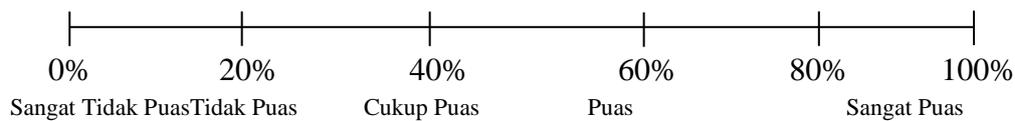
Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 48 dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan indikator kualitas pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor didapat kualitas pelayanan sebesar 91,90 (sangat baik). Artinya nasabah menilai kualitas pelayanan yang diberikan Bank BPR Dana Mandiri Bogor sangat baik.

#### 4.3.2. Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Bank BPR Dana Mandiri Bogor dalam hal memberikan kualitas pelayanan, maka penulis menggunakan metode analisis total tanggapan responden lalu dinilai dengan seberapa persen tingkat kepuasannya. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai variabel kepuasan nasabah yang terdiri dari lima indikator yaitu bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*).

Adapun kategori rentang yang menjadi tolak ukur menentukannya adalah sebagai berikut :



#### 1. Keandalan (*Reliability*)

- a. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan pelayanan cepat dan tepat dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 49  
Pernyataan Responden

Karyawan Bank Dapat Menyelesaikan Pelayanan Cepat dan Tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	170	51.52%	850
Puas	4	160	48.48%	640
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1490</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 49 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 170 atau 51,52% memilih sangat puas dari total banyaknya responden.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1490}{1650} \times 100\% = 90,30\%$$

Tabel 50  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	90,30

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 50 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 90,30% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat puas.

b. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan dapat menyelesaikan keluhan dengan baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 51  
Pernyataan Responden  
Bank Dapat Menyelesaikan Keluhan Dengan Baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	104	31.52%	520
Puas	4	216	65.45%	864
Kurang Puas	3	10	3.03%	30
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1414</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 51 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 216 atau 65,45% memilih puas dari total banyaknya koresponden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1414}{1650} \times 100\% = 85,70\%$$

Tabel 52  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	

2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	85,70

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 52 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 85,70% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

c. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan kemudahan memperoleh informasi dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 53  
Pernyataan Responden  
Kemudahan Memperoleh Informasi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	28	8.48%	140
Puas	4	302	91.52%	1208
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1348</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dengan melihat tabel 53 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 302 atau 91,52% memilih puas dari total banyaknya koresponden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1348}{1650} \times 100\% = 81,70\%$$

Tabel 54  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	81,70

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 54 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 81,70% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat puas.

## 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- a. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan karyawan tanggap dalam melayani konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 55  
Pernyataan Responden  
Karyawan Tanggap Dalam Melayani Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	101	30.61%	505
Puas	4	149	45.15%	596
Kurang Puas	3	80	24.24%	240
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1341</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 55 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 149 atau 45,15% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1341}{1650} \times 100\% = 81,27\%$$

Tabel 56  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	81,27

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 56 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 81,27% yang artinya tanggapan responden dinilai puas.

- b. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 57  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	285	86.36%	1425

Puas	4	45	13.64%	180
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1605</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 57 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 285 atau 86,36% menyatakan sangat puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1605}{1650} \times 100\% = 97,27\%$$

Tabel 58  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Baik	
2	0,21-0,40	Tidak Baik	
3	0,41-0,60	Cukup Baik	
4	0,61-0,80	Baik	
5	0,81-1,00	Sangat Baik	97,27

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 58 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 97,27% yang berarti tanggapan responden dinilai puas.

- c. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan ketersediaan nomor telepon pelayanan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 59  
Pernyataan Responden  
Ketersediaan Nomor Telepon Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	67	20.30%	335
Puas	4	229	69.39%	916
Kurang Puas	3	34	10.30%	102
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1353</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 59 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 229 atau 69,39% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1353}{1650} \times 100\% = 82,00\%$$



Tabel 60  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	82,00

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 60 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 82,00% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

- d. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan kecukupan karyawan dalam melayani konsumen dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 61  
Pernyataan Responden  
Kecukupan Karyawan Dalam Melayani Konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	104	31.52%	520
Puas	4	178	53.94%	712
Kurang Puas	3	48	14.55%	144
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1376</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 61 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 178 atau 53,94% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1376}{1650} \times 100\% = 83,39\%$$

Tabel 62  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	83,39

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 62 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 83,39% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

### 3. Jaminan (*Assurance*)

- a. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan karyawan bersikap profesional dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 63  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersikap Profesional

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	65	19.70%	325
Puas	4	229	69.39%	916
Kurang Puas	3	36	10.91%	108
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1349</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 63 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 229 atau 69,39% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1349}{1650} \times 100\% = 81,76\%$$

Tabel 64  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	81,76

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 64 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 81,76% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

- b. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan karyawan bersikap ramah dan sopan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 65  
Pernyataan Responden  
Karyawan Bersikap ramah dan sopan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	68	20.61%	340
Puas	4	262	79.39%	1048
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1388</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 65 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 262 atau 79,39% menyatakan puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1388}{1650} \times 100\% = 84,12\%$$

Tabel 66  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	84,12

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 66 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 84,12% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat puas.

- c. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan keakuratan selama proses pelayanan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 67  
Pernyataan Responden  
Keakuratan Selama Proses Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	56	16.97%	280
Puas	4	274	83.03%	1096
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1376</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 67 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 274 atau 83,03% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1376}{1650} \times 100\% = 83,39\%$$

Tabel 68  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	83,39

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 68 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 83,39% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

#### 4. Empati (*Empaty*)

- a. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 69  
Pernyataan Responden  
Karyawan Mampu Berkomunikasi Dengan Baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	65	19.70%	325
Puas	4	204	61.82%	816
Kurang Puas	3	61	18.48%	183
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1324</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 69 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 204 atau 61,82% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1324}{1650} \times 100\% = 80,24\%$$

Tabel 70  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	80,24
5	0,81-1,00	Sangat Puas	

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 70 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori puas dengan nilai sebesar 80,24% yang artinya tanggapan responden dinilai puas.

- b. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan kesungguhan merespon keluhan dan saran dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 71  
Pernyataan Responden  
Kesungguhan merespon keluhan dan saran

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	46	13.94%	230
Puas	4	243	73.64%	972
Kurang Puas	3	41	12.42%	123
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1325</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 71 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 243 atau 73,64% menyatakan puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1325}{1650} \times 100\% = 80,30\%$$

Tabel 72  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	80,30
5	0,81-1,00	Sangat Puas	

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 72 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori puas dengan nilai sebesar 80,30% yang berarti tanggapan responden dinilai puas.

- c. Pendapat responden mengenai empati dengan pernyataan keramahan petugas dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 73  
Pernyataan Responden  
Keramahan Petugas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	52	15.76%	260
Puas	4	271	82.12%	1084
Kurang Puas	3	7	2.12%	21
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1365</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 73 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 271 atau 82,12% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1365}{1650} \times 100\% = 82,73\%$$

Tabel 74  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	82,73

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 74 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 82,73% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

## 5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

- a. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan tersedia tempat parkir yang memadai dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 75  
Pernyataan Responden  
Tersedia tempat parkir yang memadai

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	45	13.64%	225
Puas	4	285	86.36%	1140
Kurang Puas	3	0	0.00%	0
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1365</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 75 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 285 atau 86,36% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1365}{1650} \times 100\% = 82,73\%$$

Tabel 76  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	82,73

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 76 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 82,73% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

- b. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kerapihan karyawan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 77  
Pernyataan Responden  
Kerapihan karyawan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	67	20.30%	335
Puas	4	229	69.39%	916
Kurang Puas	3	34	10.30%	102
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1353</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 77 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 229 atau 69,39% menyatakan puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1353}{1650} \times 100\% = 82,00\%$$

Tabel 78

Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	82,00

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 78 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 82,00% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat puas.

- c. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kondisi gedung dan fasilitas yang baik dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 79

Pernyataan Responden

Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	104	31.52%	520
Puas	4	178	53.94%	712
Kurang Puas	3	48	14.55%	144
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1376</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 79 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 178 atau 53,94% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1376}{1650} \times 100\% = 83,39\%$$

Tabel 80  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	83,39

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 80 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 83,39% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

- d. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kebersihan dan kenyamanan ruangan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 81  
Pernyataan Responden  
Kebersihan dan kenyamanan ruangan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	65	19.70%	325
Puas	4	229	69.39%	916
Kurang Puas	3	36	10.91%	108
Tidak Puas	2	0	0.00%	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0.00%	0
<b>Total</b>		<b>330</b>	<b>100</b>	<b>1349</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dari tabel 81 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 229 atau 69,39% memilih puas dari banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1349}{1650} \times 100\% = 81,76\%$$

Tabel 82  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,20	Sangat Tidak Puas	
2	0,21-0,40	Tidak Puas	
3	0,41-0,60	Cukup Puas	
4	0,61-0,80	Puas	
5	0,81-1,00	Sangat Puas	81,76

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Dapat dilihat dari tabel 82 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat puas dengan nilai sebesar 81,76% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat puas.

Tabel 83  
Hasil Tingkat Kepuasan Pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor

No.	Dimensi Penelitian (Indikator)	Ukuran	Persentase (%)	Kategori
1	Keandalan	Pelayanan yang cepat dan tepat	90,30%	Sangat Puas
		Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik	85,70%	Sangat Puas
		Kemudahan memperoleh informasi	81,70%	Sangat Puas
2	Daya Tanggap	Karyawan tanggap dalam melayani konsumen	81,27%	Sangat Puas
		Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen	97,27%	Sangat Puas
		Ketersediaan nomor telepon pelayanan	82,00%	Sangat Puas
		Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen	83,39%	Sangat Puas
3	Jaminan	Karyawan bersikap profesional	81,76%	Sangat Puas
		Karyawan bersikap ramah dan sopan	84,12%	Sangat Puas
		Keakuratan selama proses pelayanan	83,39%	Sangat Puas
4	Empati	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	80,24%	Puas
		Kesungguhan merespon keluhan dan saran	80,30%	Puas
		Keramahan petugas	82,73%	Sangat Puas
5	Bukti Fisik	Tersedia tempat parkir yang memadai	82,73%	Sangat Puas
		Kerapihan karyawan	82,00%	Sangat Puas
		Kondisi gedung dan fasilitas yang baik	83,39%	Sangat Puas
		Kebersihan dan kenyamanan ruangan	81,76%	Sangat Puas
<b>Total</b>			<b>1424,06</b>	
<b>N</b>			<b>17</b>	
<b>Rata-rata</b>			<b>83,7682</b>	<b>Sangat Puas</b>

Sumber : Data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 83 dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan indikator kualitas pelayanan mengenai kepuasan pelayanan Bank BPR Dana Mandiri Bogor didapat bahwa tingkat kepuasan nasabah pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 83,7682 (sangat puas).

#### 4.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Metode-metode yang digunakan ini, bertujuan untuk mencari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor. Data yang disajikan diolah menggunakan SPSS 21, hasilnya sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Berikut adalah data yang dihasilkan dari bantuan olahan SPSS 21 :

Tabel 84  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		330
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.18558697
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.043
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21 oleh peneliti

Dari output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-Tailed) sebesar 0,066. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,066 > 0,05$ ), maka nilai residual tersebut telah normal.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Peneliti mengasumsikan bahwa data yang telah di olah oleh penulis tidak terjadi multikolinearitas, heteroskedastisitas dan telah lulus uji normalitas.

### 3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Berikut hasil perhitungannya :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,289^2 \times 100\%$$

$$KD = 8,35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, berarti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 8,35%.

### 4. Regresi Linear Berganda

Tabel 85  
Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	Keandalan, Daya Tanggap , Jaminan, Empati, Bukti Fisik <sup>b</sup>	.	Enter
---	---	---	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21 oleh peneliti

Output ini menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan dalam model dan yang dikeluarkan dari model. Dari output dapat dilihat bahwa variabel independen yang dimasukkan ke dalam model adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Tidak ada variabel yang dikeluarkan (removed), dengan menggunakan model regresi menggunakan enter.

Tabel 86

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.289 <sup>a</sup>	.083	.007	5.225

a. Predictors: (Constant), keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21 oleh peneliti

Output ini menjelaskan tentang ringkasan model, yang terdiri dari nilai hasil nilai korelasi berganda (R), koefisien determinasi (R Square), Koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square), dan ukuran kesalahan prediksi (Std. Error of the estimate).

1. R dalam regresi linier berganda menunjukkan nilai korelasi berganda yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Angka R yang di dapat 0,289, artinya korelasi antara kualitas pelayanan sebesar 0,289. Hal ini berarti terjadi hubungan yang lemah karena nilai mendekati 0.
2. R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah, nilai  $R^2$  sebesar 0.083 artinya pengaruh persentase variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 8,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

Tabel 87

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	65.572	4.560		14.381	.000

Keandalan	.086	.121	.045	.710	.479
Daya Tanggap	.217	.229	.054	.950	.343
Jaminan	.083	.119	.041	.710	.484
Empati	-.055	.112	-.030	-.492	.623
Bukti Fisik	-.012	.071	-.011	-.173	.863

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21 oleh peneliti

Dari output di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1K + b_2DT + b_3J + b_4E + b_5BF + e$$

$$Y = 65,572 + 0,086K + 0,217DT + 0,083 J - 0,055 E - 0,012 BF + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut,

1.  $Y = 65,572$  artinya jika nilai variabel independen tidak berubah atau sebesar 0, maka kepuasan nasabah akan sebesar 65,572.
2.  $b_1 = 0,086$  artinya setiap peningkatan keandalan dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan menaikkan kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 0,086.
3.  $b_2 = 0,217$  artinya setiap peningkatan daya tanggap dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan menaikkan kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 0,217.
4.  $b_3 = 0,083$  artinya setiap peningkatan jaminan dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan menaikkan kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 0,083.
5.  $b_4 = -0,055$  artinya setiap peningkatan empati dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 0,055.
6.  $b_5 = -0,012$  artinya setiap peningkatan bukti fisik dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor sebesar 0,012.

## 5. Uji Hipotesis Koefisien Regresi

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh nyata kualitas pelayanan terhadap kepuasa konsumen dan untuk membuktikan apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak, maka dilakukan uji hipotesis koefisien regresi sebagai berikut :

$H_0 : \beta_i \leq 0 \Rightarrow$  kualitas pelayanan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta_i > 0 \Rightarrow$  kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan konsumen.

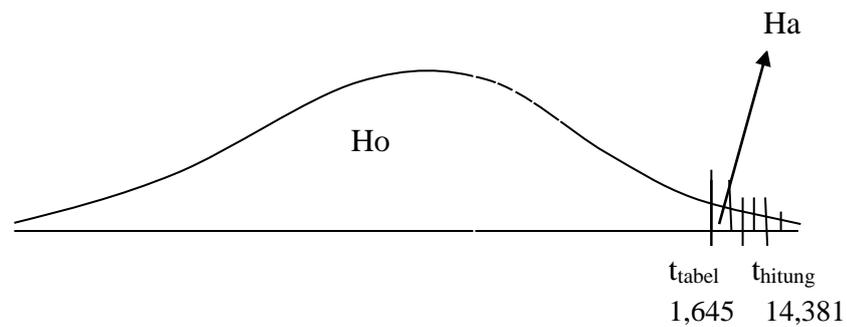
$\alpha = 0,05$ .  $T_{\text{tabel}} = 1,645$

mencari  $t_{\text{hitung}}$  dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$t_h = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

$$t_h = \frac{65,572}{4,560}$$

$$t_h = 14,381$$



Dilihat dari kurva di atas,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $14,381 > 1,645$ , maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Ternyata pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor setelah di uji hasilnya, kualitas pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan nilai rata-rata 91,90% dan kepuasan nasabah dinilai sangat puas dengan nilai rata-rata 83,76%. Hasil perolehan jawaban tersebut didapat dari hasil perhitungan total tanggapan responden pada seluruh indikator yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Setelah diuji menggunakan koefisien determinasi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri didapat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BPR Dana Mandiri Bogor, hasil dari Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa keandalan, daya tanggap, dan jaminan dapat menaikkan kepuasan nasabah sedangkan empati, dan bukti fisik dapat menurunkan kepuasan nasabah dan hasil dari uji hipotesis menghasilkan keputusan kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rizki Ramadhan (2013) dan Junaidi Safitri (2014) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan nasabah.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil dari kuisioner dengan variabel kualitas pelayanan, penerapan kualitas pelayanan di Bank BPR Dana Mandiri Bogor dinilai sangat baik.
2. Berdasarkan hasil dari kuisioner dengan variabel kepuasan konsumen, tingkat kepuasan nasabah di Bank BPR Dana Mandiri Bogor dinilai sangat puas.
3. Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi, dihasilkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, lalu dari hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa keandalan, daya tanggap, dan jaminan dapat menaikkan kepuasan nasabah, sedangkan empati dan bukti fisik dapat menurunkan kepuasan nasabah, dan hasil dari uji hipotesis koefisien regresi menunjukan terdapat pengaruh nyata dan positif dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan konsumen.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pihak perusahaan dimana kecilnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan, maka perusahaan harus melakukan inovasi dan kreasi didalam promosi, agar dapat menarik minat nasabah baru dan dapat menciptakan suatu kepuasan terhadap nasabahnya, agar para nasabah merasa puas dan menjadi nasabah setia.
2. Penulis menyarankan kepada pihak Bank BPR Dana Mandiri untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada indikator empati agar terciptanya kepuasan terhadap nasabah yang bisa berdampak positif dan membuat nasabah menjadi nasabah setia pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor. Saran penulis ialah dengan memberikan perhatian personal kepada para nasabah, dan bertindak mengutamakan kepentingan nasabah, agar dapat membuat nyaman nasabah dan dapat menciptakan suatu kepuasan tersendiri kepada nasabah.
3. Untuk mengatasi permasalahan dalam indikator bukti fisik, penulis menyarankan untuk perusahaan agar dapat memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada, menambahkan fasilitas baru agar dapat membuat nasabah merasa puas selagi menunggu giliran, dan memperbaiki/memperindah tampilan gedung perusahaan agar dapat terlihat menarik bagi para nasabah.

4. Selalu mengevaluasi setiap keluhan yang diberikan nasabah kepada Bank BPR Dana Mandiri Bogor agar bisa selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang akan menciptakan kepuasan terhadap nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Subagyo(2010), *Marketing in Business*, Jakarta : Mitra Wacana Medika.
- Ali Hasan (2008), *Marketing*, Yogyakarta : Media Pressindo.
- Ali Hasan (2008), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Buku Kita
- Buchari Alma (2013), *Manajemen Pemasaran Dan Manajemen Jasa*, Bandung : CV. Alfabeta
- Danang Sunyoto (2013), *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CAPS.
- Danang Sunyoto (2014), *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : CAPS.
- Deliyanti Oentoro (2012), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Laks Bang PressIndo
- Fandy Tjiptono (2008), *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Fandy Tjiptono (2008), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Fandy Tjiptono (2008), *Strategi bisnis pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy Tjiptono (2011), *Pemasaran Jasa*, Malang : CV. Bayumedia
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra(2016), *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Gerson, R, F (2012), *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : PPM.
- Gunawan Adisaputro (2010), *Manajemen Pemasaran(Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*, Jakarta : YKPN
- Hendri Ma'ruf (2007), *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- [https://id.wikipedia.org/wiki/1992/Bank\\_Perkreditan\\_Rakyat](https://id.wikipedia.org/wiki/1992/Bank_Perkreditan_Rakyat)
- Hurriyati (2010), *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta
- J. Supranto (2009), *Statistika Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Penerbit Erlangga
- J. Supranto (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- J. Supranto (2012), *Metode Riset : Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta : Rineka Cipta.

- Junaidi Safitri (2014), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
- Kotler, P (2007), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan* pengendalian, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler P and K.L Keller (2009), *Manajemen Pemasaran* : Pearson Education.
- Kotler P and K.L Keller (2010), *Marketing Manajemen*, Jakarta : PT. Indeks
- Kotler P and G Armstrong (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Lovelock C and J. Wirtz (2011), *Service Marketing People, Technology Strategy*, USA : Pearson
- Lovelock C & L.K. Wright (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indesk, Indonesia
- Megawati Syahril (2014) Analisis Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pajajaran Bogor.
- Moh Nazir (2011), *Metode Penelitian*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nasution (2010), *Manajemen Mutu Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia
- Nana Herdiana dan Achmad Sanusi (2015), *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung : CV. Pustaka Setia
- Rambat Lupiyoadi (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa* : Berbasis Kompetensi Edisi 3, Jakarta : Salemba Empat.
- Rizki Ramadhan (2013) Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang BSD.
- Stanton (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PPM.
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : ALFABETA.
- Supardi U.S. (2012), *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. PT. Ufuk Publishing House.

# LAMPIRAN



bpr dana mandiri bogor

**PT. BPR Dana Mandiri Bogor**Jl. Raya Puncak Ciawi No. 402 Bendungan Ciawi Bogor  
Telp. 0251 - 8245526**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 539/BPR-DMB/UM/2017/VII

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oke Aryani  
Jabatan : HR - Admin  
Alamat : Jl. Raya Puncak Ciawi no. 402 Bendungan Ciawi Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Muhammad Agustyar Arifin  
Npm : 0211 13 396  
Fakultas : Ekonomi Universitas Pakuan Bogor  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Adalah mahasiswa yang telah melakukan kegiatan riset mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT BPR Dana Mandiri Bogor" sejak bulan Oktober 2016.

Selama melakukan riset di PT BPR Dana Mandiri Bogor, mahasiswa yang bersangkutan bertindak aktif dalam melakukan wawancara dan pengamatan pada perusahaan kami.

Demikian surat keterangan riset ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 27 Juli 2017

PT BPR Dana Mandiri Bogor



(Oke Aryani)

## **KUISIONER PENELITIAN**

### **SURVEY KEPUASAN PELANGGAN**

Terimakasih atas partipasi dan menjadi salah satu responden secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya M Agustyar Arifin, mahasiswa Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran. Pada saat ini sedang mengadakan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor. Kami sangat menghargai dan mengharapkan kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Kami menjamin kerahasiaan anda terkait dengan pengisian kuesioner ini. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

**NAMA** :

Petunjuk

Berilah tanda silang (x) pada pilihan jawaban di bawah ini sesuai dengan pertanyaan dan keadaan anda.

#### **A. Karakteristik Responden**

1. Jenis Kelamin :

A..Laki-laki

B. Perempuan

2. Berapakah umur anda :

A. < 20 tahun

B. 20 – 30 tahun

C. 31 – 40 tahun

D. 41 – 50 tahun

E. > 50 tahun

3. Apakah pekerjaan anda :

A. Pelajar/Mahasiswa

B. Pegawai Swasta

C. Wirausaha

D. Pegawai Negeri Sipil

E. Lainnya

4. Berapakah pendapatan anda :

A. <Rp. 3.000.000

B. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000

- C. Rp. 4.000.001 – Rp. 5.000.000
- D. Rp. 5.000.001 – Rp. 6.000.000
- E. >Rp. 6.000.000

5. Berapa lama anda menjadi nasabah bank BPR :

- A. 1 tahun
- B. 2 tahun
- C. 3 tahun
- D. 4 tahun
- E. > 4 tahun

### B. Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan

Petunjuk

Berikut ini penilaian anda mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bank BPR Dana Mandiri Bogor. Berdasarkan pengalaman anda saat ini, dimohon memilih angka 1 – 5 dengan memberikan tanda (x) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan apa yang anda rasakan.

Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Puas (STP)
- 2 = Tidak Puas (TP)
- 3 = Cukup Puas (CP)
- 4 = Puas (P)
- 5 = Sangat Puas (SP)

NO	KUALITAS PELAYANAN	KUALITAS PELAYANAN					KEPUASAN				
		STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
	<b>Keandalan</b>										
1	Pelayanan yang cepat dan tepat	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Prosedur pelayanan jelas dan mudah dipahami	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Dapat menyelesaikan keluhan dengan baik	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Kemudahan memperoleh informasi	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	<b>Daya Tanggap</b>										
5	Karyawan tanggap dalam melayani konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

6	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Ketersediaan nomor telepon pelayanan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Kecukupan karyawan dalam melayani konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Jaminan</b>		<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>
9	Karyawan memberikan informasi seputar pelayanan dan detail jasa yang ditawarkan dengan jelas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Karyawan bersikap profesional	1 1	2 2	3 3	4 4	5 5	1 1	2 2	3 3	4 4	5 5
11	Karyawan bersikap ramah dan sopan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Keakuratan selama proses pelayanan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

<b>Empati</b>		<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>
13	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Kesungguhan merespon keluhan dan saran	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Keramahan petugas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Bukti Fisik</b>		<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>CP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>
16	Tersedia tempat parkir yang memadai	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17	Tersedia fasilitas yang memadai	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18	Kerapihan karyawan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19	Kondisi gedung dan fasilitas yang baik	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20	Kebersihan dan kenyamanan ruangan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5







126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
130	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
131	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
132	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
133	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
134	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
135	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
136	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
137	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
138	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
139	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
140	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
141	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
142	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
143	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
144	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
145	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
146	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
147	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
148	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
149	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
150	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
151	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
152	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
153	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
154	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
155	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
156	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
159	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
160	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
161	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
162	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
163	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
164	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
165	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
166	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
167	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
168	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75

169	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
170	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
171	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
172	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
173	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
174	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
175	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
176	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
177	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
178	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
179	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
180	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
181	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
186	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
187	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
188	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
189	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
190	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
191	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
192	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
193	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
194	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
195	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
196	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
197	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
198	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
199	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
200	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
203	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
204	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
205	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
206	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
207	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
208	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
209	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
210	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
211	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76

212	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
213	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
214	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
215	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
216	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
218	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
219	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
223	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
224	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
225	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
226	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
227	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
228	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
229	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
230	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
231	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
232	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
233	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
244	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
245	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
246	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
247	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
248	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
249	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
250	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
251	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
252	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
253	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
254	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76

255	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
256	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
257	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
258	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
259	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
260	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
261	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
262	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
263	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
264	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
265	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
266	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
267	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
268	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
269	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	79
270	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
271	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	78
272	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	76
273	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
274	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	75
275	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	73
276	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
277	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	71
278	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
279	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
280	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
281	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
284	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
285	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
286	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
287	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
288	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80
289	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
290	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
292	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
293	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
296	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	81
297	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	80



No	Kepuasan Nasabah																	Total
	Keandalan			Daya Tanggap				Jaminan			Empati			Bukti Fisik				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
2	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
7	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
9	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
10	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
12	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
13	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
14	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
16	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
19	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
20	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
21	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
22	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	73
23	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	65
24	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
25	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	79
26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
27	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77
28	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	66
29	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	73
30	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	81
31	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
32	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
33	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
34	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
35	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
37	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76



79	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	71	
80	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
81	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
82	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
83	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
85	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
86	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
87	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
89	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
90	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
92	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
93	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
94	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
95	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
96	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
97	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
98	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
99	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
100	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
102	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
104	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
105	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
106	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
107	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
108	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
109	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
110	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	73
111	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	65
112	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
113	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	79
114	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
115	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77
116	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	66
117	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	73
118	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	81
119	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71

120	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
121	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
122	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77
123	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	66
124	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	73
125	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	81
126	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
127	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
128	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
129	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
130	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
131	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
132	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
133	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
134	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
136	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
137	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
138	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
139	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
140	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
141	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
142	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
144	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
145	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
146	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
147	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
148	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
149	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
150	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	73
151	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	65
152	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
153	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	79
154	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
155	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77
156	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	66
157	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	73
158	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	81
159	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
160	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73

161	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
162	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
163	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
164	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
165	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
166	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
167	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
168	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
169	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
170	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
171	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
172	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
174	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
175	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
177	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
178	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
179	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
180	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	73
181	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	65
182	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
183	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	79
184	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
185	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77
186	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	3	66
187	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	73
188	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
189	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
190	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
191	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
192	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
193	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
195	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
196	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
197	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	64
198	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	77
199	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
200	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
201	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73



243	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
244	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
245	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
246	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	72
247	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	74
248	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
249	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
250	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
251	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
252	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
253	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
254	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
255	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
257	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
258	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
260	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76
261	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	66
262	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
263	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
264	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
265	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
266	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
267	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
268	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
269	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
270	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
272	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
273	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	73
274	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	68
275	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
276	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	61
277	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83
278	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	73
279	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
280	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	70
281	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	65
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
283	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	76

284	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	66
285	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	71
286	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
287	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
288	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
289	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	64
290	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	77
291	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	72
292	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	74
293	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	73
294	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	65
295	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
296	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	79
297	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	70
298	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	77
299	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	66
300	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	73
301	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	81
302	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	71
303	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	73
304	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	71
305	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	73
306	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	68
307	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
308	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	61
309	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	83
310	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	73
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
312	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	70
313	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	65
314	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	67
315	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	76
316	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	66
317	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	71
318	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
319	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
320	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	66
321	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	64
322	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	77
323	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	72
324	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	74

325	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	73
326	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	65
327	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
328	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	79
329	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
330	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71