

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT
INDONESIA CABANG LUBUK LINGGAU**



DISUSUN OLEH :

HARIKA GUSTI ADHA

01033110029

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

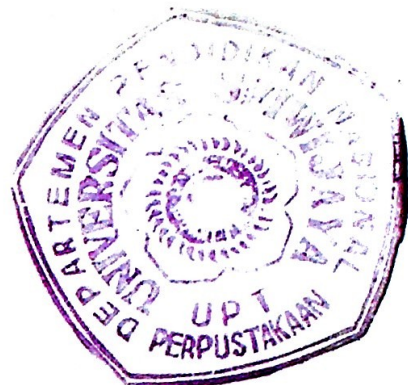
2007

S
B32.1

Adh

9
2007

15856
16218.



**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT
INDONESIA CABANG LUBUK LINGGAU**



DISUSUN OLEH :

HARIKA GUSTI ADHA

01033110029

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

2007

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA

LEMBAR PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

Nama : Harika Gusti Adha
Nim : 01033110029
Jurusan : Manajemen
Program : Strata-1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Dimensi *Service Quality*
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat
Indonesia Cabang Lubuk Linggau

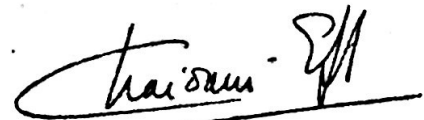
PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal: 26 April 2007 Ketua



Dr. H. A. H Puspo Warsito, MBA
NIP : 131474904

Tanggal: 26 April 2007 Anggota



Dra. Hj. Chairani Effendy
NIP : 130604261

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA


TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Harika Gusti Adha
Nim : 01033110029
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Dimensi *Service Quality*
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat
Indonesia Cabang Lubuk Linggau

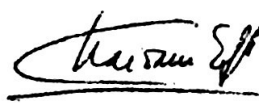
Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 16 Mei 2007 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia ujian komprehensif
Indralaya, 16 Mei 2007


Ketua


Dr. H.A.H Puspo Warsito, MBA
NIP : 131474904

Anggota


Dra. Hj. Chairani Effendy
NIP : 130604261

Anggota


Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan
NIP : 131271085

MOTTO :

*" Melangkahlah lebih jauh ke depan tapi jangan pernah lupa
untuk kembali melihat ke Belakang "*

(Mark Hoppus)

Kupersembahkan untuk :

Kedua orang tua ku tercinta

Keluarga

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya jua lah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Dimensi *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau”.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan, kekurangan serta jauh dari sempurna dalam penyajiannya. Oleh karina itu, penulis sangat mengharapkan saran dan tanggapan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Indralaya, Juni 2007

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan berupa moril, materil dan bimbingan serta petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, H. Megawarman dan Hj. Artuti yang tak henti-hentinya memberikan nasehat, semangat serta motivasi agar aku dapat menjadi orang yang berhasil di masa mendatang.
2. Dekan FE UNSRI Bapak Dr Syamsurijal, AK, Ketua Jurusan Manajemen FE UNSRI, Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, dan Sekretaris Jurusan Manajemen FE UNSRI, Bapak Drs. M. Kosasih Zen, Msc.
3. Bapak Dr H. A. H. Puspo Warsito, MBA selaku dosen pembimbing skripsi I yang telah meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hj. Chairani Effendy, selaku dosen pembimbing skripsi II yang telah mencurahkan tenaga serta pikiran yang waktu selama proses bimbingan.
5. Dra. Suhartini Karim, selaku dosen Penasehat Akademik.
6. Bapak Sadarman, selaku pimpinan cabang BRI Lubuk Linggau atas izin yang diberikan untuk melakukan penelitian ini
7. Bapak H. Andi Fauzy selaku manajer operasional BRI Lubuk Linggau atas bantuannya saat penyebaran kuestioner.
8. Bapak dan Ibu dosen serta staf pegawai FE Unsri yang telah membantu saya selama menjalani kuliah, terima kasih atas bantuannya.
9. Staf karyawan serta nasabah BRI cabang Lubuk Linggau yang telah banyak membantu dalam proses pengumpulan data.

10. Alm. Hj. Rosila yang selalu mengharapkan agar aku menjadi orang yang berhasil. Saudara-saudaraku (Jeri, Adhe, Reza) serta seluruh anggota keluargaku yang terus mendukung dan memberikan kritikan yang berguna.
11. *My $\wedge \vee \wedge$ for believing, supporting and being my inspiration to be a better human being...*
12. MGT (Marketing Great Team) : Jenggotz (Mr. Anal....ize...), Jerinx (thengs 4de buk), Wijay (Thanks Job-nya). *Nice to be your partner... Don't forget me when you're gone...*
13. MGT'03 Squad : Ari Mo, Dayat, Opunk, Ucok, Yen-D, You-D, Yusme', CC', Indah, Lia' Manda, Mei, Yeni, *and anyone I left out, I sincerely apologize, thanks 4 all your support and giving me the opportunity to share the amazing journey with you...*
14. Meri & Eve (*the most supportive and inspiring girls that I know*), Irwan (rental gratis euy...), *My band-mates "Not For Sale" we-ra & Blood (we're Punk'd), My next ex girlfriend and your jealous little name here _____ (that's why I don't miss you)*
15. *My all close friends and Everyone in any way who share me tears, sweat and blood, I couldn't have done this without any of you... Thanks for all...*

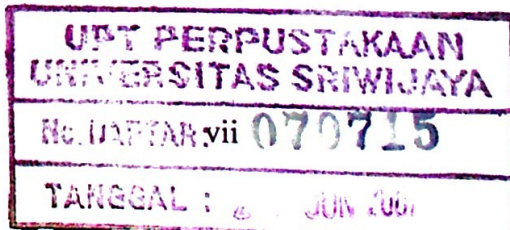
Akhir kata, penulis mengharapkan agar karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin...

Indralaya, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Skripsi	i
Halaman Tanda Pesetujuan Ujian Komprehensif	ii
Halaman Motto Dan Persembahan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Ucapan Terima Kasih.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	10
1.6. Metode Penelitian	11
1.6.1. Rancangan Penelitian.....	11
1.6.2. Populasi Dan Sampel	11
1.6.3. Metode Penarikan Sampel.....	12
1.6.4. Variabel Penelitian.....	13



1.6.4.1.	Identifikasi Variabel	13
1.6.4.2.	Batasan Operasional Variabel	14
1.6.4.3.	Pengukuran Variabel	17
1.6.5.	Jenis Dan Sumber Data	18
1.6.6.	Metode Pengumpulan Data	18
1.6.7.	Teknik Analisis Data	19
1.7.	Sistematika Pembahasan	20
 BAB II LANDASAN TEORI		
2.1.	Pengertian Pemasaran	22
2.2.	Pengertian Jasa	24
2.3.	Kepuasan Pelanggan	26
2.4.	Kualitas Layanan	31
2.5.	Konsep Kepuasan Pelanggan	32
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
3.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	35
3.1.1.	Sejarah Singkat BRI Pada Masa Belanda	35
3.1.2.	Sejarah Singkat BRI Pada Masa Jepang	36
3.1.3.	Sejarah Singkat BRI Pada Masa Proklamasi Kemerdekaan	36
3.1.4.	Sejarah Singkat BRI Cabang Lubuk Linggau	37
3.1.5.	Nama-Nama Pimpinan BRI Cabang Lubuk Linggau	38
3.1.6.	Visi Dan Misi BRI	39
3.2.	Struktur Organisasi	41

3.3. Tugas, Tanggung Jawab Dan Wewenang Pimpinan Cabang	42
3.3.1. Tugas Dan Tanggung Jawab	42
3.3.2. Wewenang	44
3.4. Tugas Dan Tanggung Jawab Manager Operasional	46
3.5. Tugas Dan Tanggung Jawab Supervisor Pelayanan	46
3.6. Tugas Dan Tanggung Jawab Petugas Unit Pelayanan Nasabah	47
3.7. Bentuk Usaha	47
3.8. Produk-Produk Unggulan	47

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Statistik Deskriptif	52
4.1.1. Analisis Deskriptif Non Variabel	52
4.1.1.1. Karakteristik Responden	52
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Utama	57
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Independen	58
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Dependen	72
4.2. Uji Akurasi Data	84
4.2.1. Uji Validitas	84
4.2.2. Uji Reliabilitas	89
4.2.3. Uji Normalitas	89
4.3. Analisis Pengaruh Dimensi <i>ServQual</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	94
4.3.1. Analisis Regresi Linear Berganda	94
4.4. Analisis Gap Variabel Independen Dengan Variabel Dependen	98

4.4.1. Analisis Gap Dimensi <i>Tangible</i>	98
4.4.2. Analisis Gap Dimensi <i>Reliability</i>	99
4.4.3. Analisis Gap Dimensi <i>Responsiveness</i>	100
4.4.4. Analisis Gap Dimensi <i>Assurance</i>	101
4.4.5. Analisis Gap Dimensi <i>Empathy</i>	102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Bri Cabang Lubuk Linggau	8
Tabel 4.1	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Jumlah Responden Menurut Tingkat Usia	53
Tabel 4.3	Jumlah Responden Menurut Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.4	Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	55
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bri	56
Tabel 4.6	Jumlah Responden Yang Mempunyai Rekening Di Bank Lain	57
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangible</i> (X1)	58
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i> (X2)	61
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> (X3)	65
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> (X4)	67
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i> (X5)	70
Tabel 4.12	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangible</i> (Y1)	72
Tabel 4.13	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i> (Y2)	74
Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> (Y3)	78
Tabel 4.15	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> (Y4)	79
Tabel 4.16	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i> (Y5)	82
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Independen (X)	85

Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y)	87
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas Variabel Independen (X)	90
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas Variabel Dependen (Y)	92
Tabel 4.21	Koefisien Korelasi Dan Determinasi.....	94
Tabel 4.22	Hasil Uji F (F Test)	95
Tabel 4.23	Koefisien Regresi Berganda.....	96
Tabel 4.24	Analisis Gap Dimensi <i>Tangible</i>	98
Tabel 4.25	Analisis Gap Dimensi <i>Reliability</i>	99
Tabel 4.26	Analisis Gap Dimensi <i>Responsiveness</i>	100
Tabel 4.27	Analisis Gap Dimensi <i>Assurance</i>	101
Tabel 4.28	Analisis Gap Dimensi <i>Empathy</i>	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Peranan Bank Sebagai Perantara Keuangan	5
Gambar 2	Kerangka Konseptual Penelitian	10
Gambar 3	Konsep Kepuasan Pelanggan	28
Gambar 4	Struktur Organisasi BRI Cabang Lubuk Linggau	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan mengambil manfaat serta kegunaan yang terdapat dalam suatu produk. Suatu perusahaan akan berhasil memasarkan produknya jika mampu melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sesuai dengan tujuan pemasaran yaitu untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan harus bisa memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.

Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut¹. Dari pengertian ini, dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan

¹ Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 1999, hal 22

kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi, dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi satu sama lainnya.

Namun bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar daripada para pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku dari para konsumen, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya tersebut.

Kebutuhan dan keinginan konsumen yang terealisasikan dalam harapan konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas barang atau jasa dan kepuasan konsumen. Pengertian kepuasan konsumen itu sendiri mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan². Pada dasarnya, ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan konsumen. Dalam mengevaluasinya, konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan dari kepuasan yang dirasakan untuk menilai kinerja perusahaan.

Menurut Supranto³, kepuasan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan apa yang diharapkannya. Seorang konsumen yang merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh barang atau jasa kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

² Tjiptono, Fandy, Ibid hal 27

³ Supranto, J, *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta, 1997, hal 23

Dengan adanya kepuasan pelanggan, perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat⁴, antara lain :

1. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan
3. Pelanggan bisa membeli produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sebuah perusahaan akan menyadari bahwa pelanggan akan mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini, sebuah perusahaan memerlukan sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Inti dari konsep ini adalah konsep kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan yang satu sama lain tidak dapat dipisahkan. Apabila inti dari konsep ini dapat dijalankan dengan baik, maka kepuasan dan loyalitas pelanggan akan tercipta.

Saat ini, perhatian terhadap kualitas produk dan kepuasan konsumen semakin besar. Tidak hanya perusahaan yang menghasilkan produk barang saja yang menaruh perhatian terhadap hal ini, perusahaan yang menghasilkan produk jasa pun melakukan hal yang sama. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan. Bank mungkin bagi sebagian masyarakat Indonesia bukan hal yang baru

⁴ Tjiptono, Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi, Yogyakarta, 1997, hal 119

dan asing lagi. Sejak dulu kepercayaan terhadap bank menjadi kunci keberhasilan bank tersebut dalam meraih sebanyak mungkin nasabah.

Berdasarkan UU No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan⁵ :

“Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan secara lebih luas bahwa bank merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan yang aktivitasnya adalah menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali melalui pemberian pinjaman (kredit).

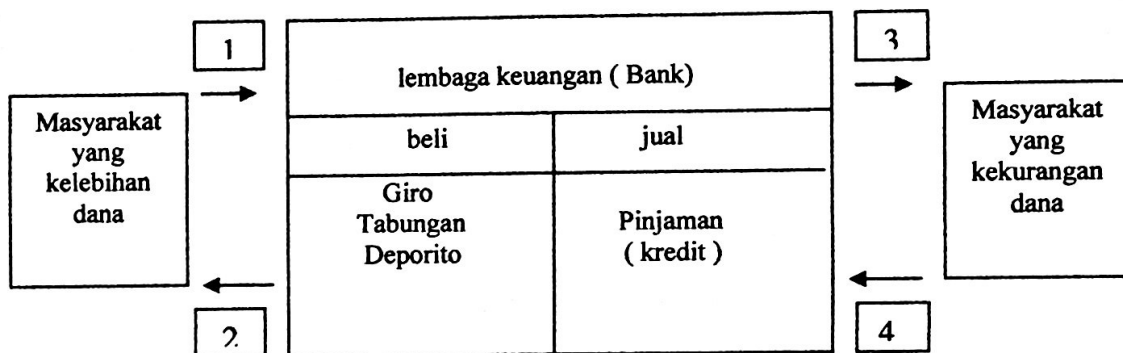
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fungsi dan peranan bank adalah sebagai perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana. Bagi masyarakat yang kelebihan dana dapat menyimpan uang dalam bentuk simpanan giro, tabungan, deposito atau bentuk simpanan lainnya. Begitu pula dengan masyarakat yang kekurangan dana dapat meminjam uang di lembaga keuangan dalam bentuk kredit.

⁵ Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hal 23

Untuk lebih jelasnya, peranan Bank sebagai perantara keuangan adalah :

Gambar 1

Peranan Bank sebagai perantara keuangan



Sumber : Kasmir, Bank dan lembaga keuangan lainnya, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hal 9

Keterangan :

1. Nasabah yang kelebihan dana menyimpan uang di Bank. Dalam hal ini, nasabah sebagai penyimpan dan bank yang menerima titipan simpanan sebagai pembeli dana. Nasabah dapat memilih menyimpan dana dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan sebagainya.
2. Nasabah penyimpan akan memperoleh balas jasa dari bank berupa bunga atau bagi hasil untuk bank yang berdasarkan prinsip syariah.
3. Dana yang disimpan oleh nasabah di bank akan disalurkan kembali (dijual) kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk pinjaman (kredit).

4. Bagi masyarakat yang memperoleh pinjaman (kredit) dari Bank akan mengembalikan pinjaman tersebut beserta bunga yang telah ditetapkan sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah.

Berdasarkan UU No 10 tahun 1998, maka jenis perbankan terdiri dari⁶ :

- a. Bank umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

- b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

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

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank yang tumbuh dan berkembang di Indonesia, memiliki komitmen untuk menjadi bank pilihan yang juga mampu memberikan kontribusi positif bagi nasabah khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Mendengar kata BRI, sebagian orang akan berfikir tentang sebuah bank yang berkantor sederhana dan apa adanya, serta asumsi sebuah bank khusus golongan menengah kebawah. Bank Rakyat Indonesia ini adalah bank yang tertua di Indonesia. Bank ini berdiri sejak zaman Belanda dan masih bertahan hingga sekarang walaupun sudah berganti nama beberapa kali.

⁶ Kasmir, Ibid, hal 33

Bank ini awalnya merujuk pasar masyarakat kelas menengah ke bawah dengan memberikan kredit ringan kepada pengusaha kelas bawah seperti pedagang, wirausahawan, dan usaha kecil lainnya. Produk BRI yang pada awalnya Simpedes (simpanan masyarakat pedesaan), tapi dengan berkembangnya zaman bank ini melakukan diversifikasi usaha yaitu dengan meluncurkan beberapa produk tabungan, diantaranya Simaskot (simpanan masyarakat kota), Tabanas BRI, dan Deposito Berjangka.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi /SPI, 170 Kantor Cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P.POINT, 3.705 BRI UNIT dan 357 Pos Pelayanan Desa⁷.

Bank ini sangat memasyarakat, dimana sangat gampang untuk dijumpai, paling rendah di tingkat kecamatan ada tempat menyimpan bagi masyarakat, salah satunya adalah BRI cabang Lubuk Linggau. BRI menjadi sahabat dekat masyarakat walaupun kini sudah banyak bank-bank lain. Hal ini ditunjukkan dengan data mengenai meningkatnya jumlah nasabah BRI, khususnya cabang Lubuk Linggau dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2006 ini.

⁷ www.BRI.co.id

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah BRI Cabang Lubuk Linggau

Tahun 2002 – Tahun 2006

Tahun	Jumlah Nasabah
2002	59477
2003	63648
2004	67767
2005	71974
2006	75499

Sumber : Data Internal Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau

Sesuai dengan motto mereka yaitu “ Mengutamakan Kepuasan Nasabah ”

Kepuasan konsumen menjadi segalanya, apalagi ketika tingkat kompetisi semakin tinggi. Meskipun jika dihitung harga yang kita bayar bisa dianggap sama untuk pelayanan/produk yang sama dari tiap bank, konsumen pun membutuhkan tingkat layanan yang menjadi sifat dasar manusia yang manusiawi. Selain jumlah kantor pelayanan yang banyak, *service* yang diberikan karyawan BRI sangat ramah, antrian cukup nyaman karena disediakan kursi dengan sistem nomor antrian, sehingga nasabah tidak perlu antri lama sambil berdiri. Hal inilah yang menyebabkan banyak nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Dari penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh dimensi *Service Quality* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Service Quality* yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau dapat mempengaruhi kepuasan nasabah?
2. Faktor manakah dari dimensi *Service Quality* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari dimensi *Service Quality* yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui Faktor manakah dari dimensi *Service Quality* tersebut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau terhadap pentingnya kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah
2. Dengan mengetahui tingkat kepuasan nasabah, maka pihak Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau dapat melakukan usaha yang efektif

dalam meningkatkan kualitas layanannya sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya menimbulkan loyalitas dari nasabah.

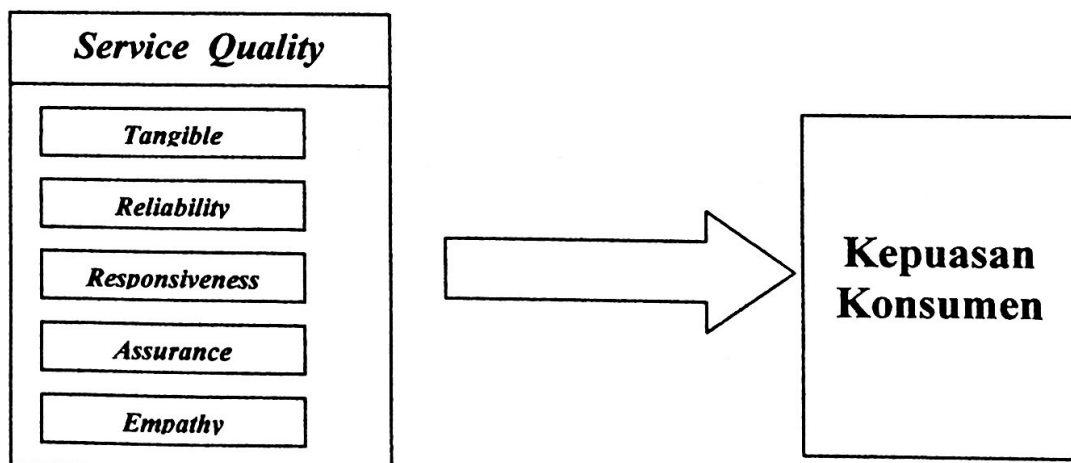
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis serta menjadi dasar perbandingan antara teori-teori yang diterima selama kuliah dengan praktek yang ada dalam dunia usaha.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi disiplin ilmu pemasaran.

1.5 KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN

Berdasarkan kajian teorititis maka kerangka konseptual disusun sebagai alur berpikir. Kerangka konseptual tersebut berdasarkan teori dimensi *Service Quality* dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2

Kerangka Konseptual Penelitian



Kelima unsur tersebut : *Tangible* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (keyakinan), serta *Empathy* (empati) akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini.

1.6 METODE PENELITIAN

1.6.1 Rancangan penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan *riset conclusive* yang bersifat deskriptif dalam bentuk *single cross sectional*. Penelitian yang bersifat deskriptif menjelaskan karakteristik dari subjek yang diteliti, mengkaji berbagai aspek dalam masalah tertentu yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan⁸. Sedangkan yang dimaksud dengan *single cross sectional* adalah penelitian yang hanya dilakukan satu kali dan tidak teratur/tidak dilakukan secara berkala.

1.6.2 Populasi dan Sampel

Menurut Nur Indriantoro (2002; 115-116), Populasi dan Sampel adalah :

“ Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu, sedangkan sampel adalah bagian atau cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.”

⁸ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE, Yogyakarta, 2002

Populasi dalam penelitian mengenai pengaruh dimensi *Service Quality* terhadap kepuasan nasabah ini adalah para nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

1.6.3 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*, dimana dalam *purposive sampling* ini, untuk menentukan sampel didasarkan atas pertimbangan subjektif yaitu memilih anggota populasi dengan kriteria tertentu dan menolak anggota populasi yang tidak memiliki kriteria tersebut. Pada metode ini, setiap anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Penggunaan metode ini didasarkan atas pertimbangan waktu yang relatif lebih cepat dan biaya yang murah jika dibandingkan dengan metode pemilihan sampel secara probabilistik.

Untuk penentuan besarnya sampel, dilakukan dengan menggunakan formula Slovin (Husein Umar 2000: 146) berikut:

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

$$n = \frac{75.499}{1 + (75.499 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{75.499}{1 + (754,99)}$$

$$n = \frac{75.499}{755,99}$$

$$n = 99,8 \text{ orang, dibulatkan keatas menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = populasi (sumber : data internal perusahaan)

e = toleransi kesalahan pengambilan sampel (range 1-10%)

Dalam penelitian ini, nilai e ditentukan sebesar 10%.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini direncanakan adalah sebanyak 100 orang. Dan untuk mengantisipasi kekurangan data saat dilakukan analisis, maka akan disebarkan sebanyak 110 Kuesioner.

1.6.4 Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan elemen penting dalam penelitian yang harus dianalisa. Uraian mengenai variabel penelitian terdiri dari identifikasi variabel, batasan operasional variabel dan pengukuran variabel.

1.6.4.1 Identifikasi variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel dependen (Y), yaitu kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau
- b. Variabel independen (X), yaitu dimensi-dimensi *Service Quality*, yang terdiri dari :

1. Dimensi *Tangible* (X_1)
2. Dimensi *Reliability* (X_2)
3. Dimensi *Responsiveness* (X_3)
4. Dimensi *Assurance* (X_4)
5. Dimensi *Empathy* (X_5)

1.6.4.2 Batasan operasional variabel

Agar tidak terjadi perbedaan pandangan dalam mendefinisikan variabel-variabel yang akan dianalisis, maka perlu diberikan batasan operasional dari variabel-variabel tersebut.

a. Variabel dependen (Y)

Kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

b. Variabel independen (X)

1. Dimensi *tangible* (X_1), yaitu bukti fisik yang dapat dilihat dan diraba. Dimensi ini mencakup :

- a) Desain interior bank ini mempermudah transaksi
- b) Suasana di dalam bank ini memberikan kesan kepada anda mengenai layanan yang diberikan
- c) Karyawan bank ini berpakaian dengan baik dan sopan
- d) Bank ini terletak di dekat tempat kerja anda
- e) Bank ini terletak di dekat kantor-kantor dan bank lain

- f) Bank ini terletak di dekat pusat belanja yang sering anda kunjungi

2. Dimensi *Reliability* (X2), yaitu keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

Dimensi ini mencakup :

- a) Bank ini tidak pernah salah dalam memberi informasi transaksi buat anda
- b) Karyawan bank ini mengetahui dengan baik produk-produk yang ditawarkan
- c) Karyawan bank ini mempunyai pengetahuan yang cukup untuk melayani anda
- d) Bunga pinjaman bank ini lebih rendah daripada bank lain
- e) Bunga tabungan bank ini lebih tinggi daripada bank lain
- f) Bank ini menawarkan berbagai macam produk kepada nasabah
- g) Produk baru yang ditawarkan bank ini dapat memenuhi kebutuhan anda

- h) Jaringan ATM bank ini bekerja sama dengan jaringan ATM bank lain
- i) Jaringan ATM bank ini luas dan dapat memenuhi kebutuhan anda

3. Dimensi *Responsiveness* (X_3), yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan. Dimensi ini mencakup :

- a) Jika ada masalah, bank ini mau mendiskusikan dengan anda
- b) Anda menerima layanan yang cepat dan tepat dari karyawan bank ini
- c) Bank ini memberikan pelayanan lewat telepon

4. Dimensi *Assurance* (X_4), yaitu adanya jaminan keamanan dan kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar. Dimensi ini mencakup :

- a) Anda tidak perlu datang berkali-kali ke bank ini untuk menyelesaikan masalah tertentu
- b) Bank ini adalah bank yang terpercaya
- c) Ada iklim yang ramah di dalam bank ini
- d) Iklim antar karyawan di bank ini memberikan kontribusi untuk layanan yang lebih baik

- e) Karyawan bank ini berperilaku dengan ramah
- f) Karyawan bank ini bersikap sopan
- g) Anda mengeluarkan sedikit biaya di bank ini

5. Dimensi *Empathy* (X_5), yaitu kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan dan kemampuan memahami kebutuhan nasabah. Dimensi ini mencakup :

- a) Karyawan bank ini bersedia membantu anda bila anda punya masalah
- b) Karyawan bank ini tidak ragu-ragu mencari waktu untuk melayani anda lebih baik
- c) Karyawan bank ini mengetahui kebutuhan anda dan bagaimana produk-produk bank memuaskan nasabah
- d) Karyawan bank ini sering merujuk kepada karyawan lainnya atau atasannya ketika melayani anda

1.6.4.3 Pengukuran variabel

Dalam penelitian ini, untuk menganalisa variabel independen digunakan skala Likert dengan enam tingkatan penilaian, yaitu : sangat tidak penting, tidak penting, kurang penting, penting, sangat penting dan sangat penting sekali. Sedangkan untuk variabel dependen, juga digunakan skala likert dengan penilaian yaitu : sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, sangat puas dan sangat puas sekali.

1.6.5 Jenis dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya dengan melalui wawancara, atau dengan menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh setiap responden yaitu para nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lubuk Linggau.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari sumber-sumbernya, yaitu dari sumber-sumber lain yang diusahakan sendiri oleh peneliti, dimana jenis data sekunder ini terbagi dua, yaitu :

- a. Data internal, yaitu data yang diperoleh dari data internal perusahaan.
- b. Data eksternal, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain seperti surat kabar, hasil penelitian atau data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.6.6 Metode pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Metode pengumpulan data primer

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data primer adalah dengan menyebarkan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden sebanyak 110 orang.

2. Metode pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode penelitian arsip (*archival research*). Metode penelitian arsip ini dapat diperoleh melalui majalah, buku, dan sebagainya. Selain itu, pengumpulan data dengan metode ini juga dilakukan dengan menggunakan media internet yang dapat memberikan banyak informasi.

1.6.7 Teknik analisis data

Teknik analisis data ini menggunakan tabulasi frekuensi dan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*). Sedangkan untuk pengolahan data, penulis menggunakan program SPSS for windows ver 11,0. Model analisa regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3 + eX_4 + fX_5 + e$$

Keterangan:

- Y = tingkat kepuasan nasabah
 a = konstanta
 b = koefisien regresi untuk X_1
 X_1 = kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dimensi *Tangibles*
 c = koefisien regresi untuk X_2
 X_2 = kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dimensi *Reliability*

- d = koefisien regresi untuk X_3
 X_3 = kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dimensi *Responsiveness*
e = koefisien regresi untuk X_4
 X_4 = kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dimensi *Assurance*
f = koefisien regresi untuk X_5
 X_5 = kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dimensi *Emphaty*
e = gangguan (error)

1.7 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Tujuan dari sistematika pembahasan adalah agar dapat memberikan gambaran secara garis besar dan menjelaskan isi dari skripsi sehingga dapat menggambarkan keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lain. Berikut ini akan diuraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bagian, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini dijelaskan mengenai latar belakang pemilihan judul skripsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, diuraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan analisis, sehingga dalam menganalisis data, penulis mempunyai pedoman sesuai dengan teori-teori yang berlaku.



BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mendeskripsikan keadaan umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, produk-produk yang ditawarkan perusahaan dan struktur organisasi serta pembagian tugas masing-masing bagian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan dan analisa dari data yang telah dikumpulkan. Data kuesioner dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik (tabulasi frekuensi) dan persamaan regresi linear berganda.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari penulisan skripsi ini serta saran yang akan diberikan kepada pihak-pihak yang terkait atau berkepentingan terhadap penulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, Vincent, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE, Yogyakarta, 2002
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000
- Kotler, Phillip, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1*, PT Prenhallindo, Jakarta, 2000
- _____, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta, 2002
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta, 2000
- Mas'ud, Fuad, *Survei Diagnosis Organisasional Konsep Dan Aplikasi*, BP UNDIP, Semarang, 2004
- Rangkuty, Freddy, *Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, PT Gramedia pustaka utama, Jakarta, 2002

Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*,

PT Ghalia Indonesia, Bogor, 2002

Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta, 1997

Tjiptono, Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi, Yogyakarta, 1997

_____, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 1999

_____, *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*, Andi, Yogyakarta, 2001

www.BRI.com