

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

PD BPR BKK KEBUMEN CABANG ROWOKELE

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**Nama Mahasiswa : Yulaeli Puji Rahayu
NIM : 115501183
Program Studi : Manajemen S1**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2017**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

PD BPR BKK KEBUMEN CABANG ROWOKELE

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
(STIE) Putra Bangsa



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Yulaeli Puji Rahayu
NIM : 115501183
Program Studi : Manajemen S1

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Kebumen, Agustus 2017

Penulis,

Yulaeli Puji Rahayu

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

PD BPR BKK KEBUMEN CABANG ROWOKELE

Disusun Oleh

Nama Mahasiswa : Yulaeli Puji Rahayu
NIM : 115501183
Program Studi : Manajemen S1

Kebumen, Agustus 2017

Telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Irfan Helmy, S.E., M.M.

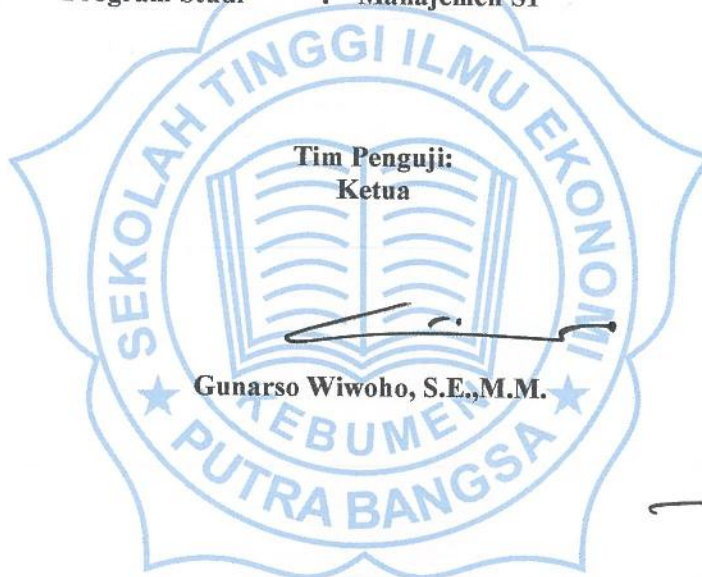
PENGESAHAN UJIAN

Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa Kebumen dan diterima untuk
memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Kebumen, 26 Agustus 2017

Disusun oleh

Nama Mahasiswa : Yulaeli Puji Rahayu
N.I.M : 115501183
Program Studi : Manajemen S1



Anggota

Harini Abrilia S, S.E., M.Si.

Anggota

Sulis Riptiono, S.E., M.M.

Mengesahkan,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa
Ketua Program Studi Manajemen

PARMIN, S.E., M.M
NIDN: 0624128001

MOTTO

- *Karena sesungguhnya sesudah ada kesuitan itu akan ada kemudahan (al-Insyirah:5)*
- *Berusaha, berdoa, bersabar,dan ikhlas merupakan kunci keberhasilan (Penulis)*
- *Kebiasaan belu tentu benar, tapi kebenaran harus dibiasakan (Islampos)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tersayang yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
2. Suamiku tercinta Widyanto
3. Buah hatiku Nafisa
4. Kedua Kakakku Ike dan Betri
5. Bapak Irfan Helmy, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, dan bimbingannya.
6. Teman-teman satu angkatan terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 90 responden dari jumlah total 900 nasabah dengan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup berskala *likert*. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis kuantitatif dan metode yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas), analisis regresi linear berganda serta uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Untuk persamaan regresinya $Y = 7,483 + 0,146X_1 + 0,263X_2$. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Sedangkan nilai koefisien determinasi diperoleh 0,172 atau 17,2% menandakan bahwa Kualitas Layanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 17,2% sedangkan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb....

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada jenjang Strata 1 (S1) di Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa Kebumen.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Irfan Helmy, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan dan petunjuk dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Segenap Dosen STIE Putra Bangsa Kebumen terima kasih untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.
3. Semua pegawai dan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu dan kerjasama demi kelancaran skripsi ini.

4. **Nanti tambahin sendiri y mba, gk tau ucapan terimakasihnya mau buat siapa aja...** Kedua orang tuaku tersayang..... terima kasih atas doa dan dukungannya
5. .
6. .
7. .
8. Buat teman-teman satu angkatan terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan..

Wassalamualaikum wr. wb...

Kebumen, Agustus 2017

Penulis,

Yulaeli Puji Rahayu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Kepuasan Nasabah	12
2.1.2. Kualitas Layanan	22
2.1.3. Citra Perusahaan.....	34
2.2. Penelitian Terdahulu	40
2.3. Kerangka Teoritis	42
2.4. Hipotesis	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek dan Subyek Penelitian	44
3.1.1. Obyek Penelitian	44
3.1.2. Subyek Penelitian	44
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
3.2.1. Variabel Penelitian	44
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	45
3.3. Instrumen atau Alat Pengumpul Data	47
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1. Data	48
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	49
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.5.1. Populasi	50
3.5.2. Sampel	50
3.6. Metode Analisis Data	52
3.6.1. Analisis Deskriptif	52
3.6.2. Analisis Statistika	52
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	55
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.6.5. Uji Hipotesis	58

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.	61
4.1.1. Sejarah PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele	61
4.1.2. Visi dan Misi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele	62
4.1.3. Struktur Organisasi	63
4.2. Analisis Deskriptif	63
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4. Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah	65

4.3. Analisis Statistika	66
4.3.1. Uji Validitas	66
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	69
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	70
4.3.4. Uji Regresi Linear Berganda	73
4.3.5. Uji Hipotesis.....	75
4.3.6. Koefisien Determinasi	77
4.4. Pembahasan dan Implikasi Manajerial	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I-1 Produk PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele	3
I-2 Jumlah Nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele	4
III-1 Distribusi Variabel Kepuasan Nasabah pada Kuesioner	45
III-2 Distribusi Variabel Kualitas Layanan pada Kuesioner	46
III-3 Distribusi Variabel Citra Perusahaan pada Kuesioner	47
IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	66
IV-5 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	68
IV-6 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan.....	68
IV-7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	69
IV-8 Hasil Uji Reliabilitas	70
IV-9 Hasil Uji Multikolinearitas	71
IV-10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
IV-11 Hasil Uji Hipotesis Parsial	76
IV-12 Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	77
IV-13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II-1 Kerangka Teoritis	42
IV-1 Struktur Organisasi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.	62
IV-2 Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas	72
IV-3 Grafik Hasil Uji Normalitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Data Responden
3. Tabulasi Hasil Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Regresi
6. Hasil Uji Asumsi Klasik
7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
8. Hasil Uji Hipotesis
9. Surat Keterangan Skripsi
10. Kartu Konsultasi Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang dan No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, menyatakan bahwa pengertian Bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Persaingan yang semakin ketat dalam era globalisasi yang sedang dihadapi Indonesia saat ini, telah menyebabkan setiap perbankan harus siap menghadapi persaingan untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar. Kunci dari keberhasilan manajemen bank adalah bagaimana bank tersebut dapat merebut hati masyarakat, sehingga peranannya sebagai *financial intermediare* (perantara keuangan) berjalan dengan baik. Hal ini berarti produk, baik barang atau jasa yang dihasilkan harus sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler (2002:498), sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Dalam pemberian jasa atau pelayanan, maka perusahaan haruslah menjaga pemberian jasa yang superior kepada pelanggannya. Dengan demikian

perusahaan harus selalu berupaya untuk memenuhi atau dapat melebihi harapan pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan yang diterima.

Definisi jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respon terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau tidak sesuai yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian. Kepuasan menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapan terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam proses layanan perbankan (Hidayat, 2009).

Selain itu, kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti filosofi pribadi, kebutuhan nasabah, persepsi nasabah, situasi, janji yang diberikan penyedia jasa, dan pengalaman masa lampau nasabah. Hal ini dapat mempengaruhi tindakannya dalam menggunakan produk atau jasa, serta dapat berpengaruh pada kepuasan dan kemungkinan nasabah datang lagi, jika layanan yang diterima sesuai dengan harapannya. Salah satu Bank yang ada di Kebumen, yang selalu memperhatikan kepuasan nasabahnya adalah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele merupakan salah satu lembaga keuangan di Kecamatan Rowokele yang bergerak di bidang keuangan dan jasa pelayanan. PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele berusaha untuk memberikan kepuasan dan menjaga kesetiaan nasabah

dengan memberikan nilai lebih daripada lembaga keuangan lainnya. Selain itu, PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele juga memberikan pelayanan untuk menerapkan program kepuasan nasabah sebagai salah satu upaya mempertahankan nasabah. Tujuannya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, nasabah diharapkan puas dan tetap menggunakan jasa yang ada di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Kepuasan nasabah di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele dapat dilihat dari ada tidaknya keluhan atas pelayanan yang diterima oleh nasabah. Selama ini, keluhan yang diterima oleh PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele antara lain seperti kurang tanggapnya CS dalam menanggapi setiap keluhan atas produk maupun layanan yang diberikan, dan kurangnya sosialisasi tentang informasi mengenai produk yang ditawarkan. Dengan adanya keluhan-keluhan yang ada tersebut, maka PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele berusaha meningkatkan kepuasan nasabah dengan memperbaiki kinerja *Customer Service* seperti kemampuan menggunakan teknologi, pengetahuan tentang pekerjaan dan kemampuan meningkatkan kualitas. Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2016 kinerja *Customer Service* tergolong baik dengan pencapaian nilai sebesar 78,4 poin yang naik sebesar 4,6 poin dari tahun sebelumnya yakni 73,8 poin.

Selain itu, kepuasan nasabah juga dapat dilihat dari lamanya menjadi nasabah dan adanya peningkatan jumlah nasabah. Sikap loyal yang ditunjukkan nasabah kepada PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

sendiri, terlihat dari adanya nasabah yang sudah menjadi nasabah selama lebih dari lima bahkan hingga sepuluh tahun. Semakin puas nasabah kepada pelayanan yang diterima dan produk yang ditawarkan maka nasabah tersebut akan semakin percaya dan senantiasa untuk kembali lagi dan ini ditunjukkan dari lamanya menjadi nasabah dan kesediaan dalam merekomendasikan kepada orang lain. Berikut ini akan disajikan jumlah nasabah dan penambahan nasabah dalam kurun waktu November 2016 hingga Mei 2017.

Tabel I-1
Jumlah Nasabah
PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Tahun	Kredit		Tabungan		Deposito	
	Total	Penambahan	Total	Penambahan	Total	Penambahan
2016/2017						
November	703	-	2810	-	141	-
Desember	735	32	2865	55	149	8
Januari	767	32	2896	31	158	9
Februari	806	39	2956	60	170	12
Maret	837	31	2989	33	174	4
April	866	29	3025	36	180	6
Mei	900	34	3048	23	185	5

Sumber: PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele, 2017

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah nasabah yang ada di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele mengalami peningkatan dengan jumlah total nasabah pada bulan Mei 2017 untuk kredit sebanyak 900 nasabah, tabungan sebanyak 3048 nasabah dan deposito sebanyak 185 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah tersebut mengindikasikan bahwa nasabah merasa puas terhadap apa yang telah diberikan. Dimana kepuasan

nasabah tersebut berasal dari kualitas layanan dan citra perusahaan yang ada di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Menurut Suryani (2010), nasabah yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan, akan menimbulkan kesetiaan nasabah. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Peningkatan kualitas pelayanan akan diharapkan juga dapat meningkatkan citra sebuah perusahaan, sebab citra dapat diperkuat ketika nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang tinggi dan akan menurun apabila nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang rendah.

Kualitas pelayanan merupakan faktor pertama yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Menurut Lupiyoadi (2009:175), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Robby, dkk. (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Berbanding terbalik bila

kualitas pelayanan yang diberikan rendah, maka kepuasan pelanggan juga semakin rendah.

Setiap nasabah pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Pemberi jasa juga memiliki standar kualitas dalam memberikan jasanya, maka setiap nasabah akan nyaman dengan produk yang ditawarkan. Apalagi ketika nasabah memberikan komplain dan pihak Bank mampu memberikan solusi dan memenuhi lima aspek yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *Responsivness* (responsif), *Reliability* (reliabilitas), *Assurance* (jaminan atau kepastian), *Emphaty* (empati) dan *Tangibles* (nyata).

Kualitas layanan PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele yang terlihat dari adanya sikap yang cepat tanggap terhadap keluhan yang diajukan oleh nasabah, ketepatan pelayanan dalam memberikan atau menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan kepada nasabah, keramahan yang ditunjukkan pegawai kepada setiap nasabah, dan adanya fasilitas penunjang yang disediakan bagi nasabah yang sedang menunggu antrian seperti disediakan kursi, televisi dan air mineral menunjukkan bahwa PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele selalu memperhatikan mengenai segala aspek yang terkait pemberian kualitas layanan agar tercipta kepuasan nasabah.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah citra perusahaan. Andreassen *et al.* dalam Atmaja (2011), menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan penilaian yang menyeluruh kepada perusahaan

oleh konsumen yang dipercaya memberi pengaruh kepuasan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lug Ayu Mulyaningsih dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana (2016), yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik citra perusahaan maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi. Citra perusahaan yang baik akan mempermudah nasabah dalam mengenali suatu perusahaan dan memungkinkan untuk melakukan kerjasama terhadap Bank sehingga pada akhirnya nasabah akan merasa nyaman untuk melakukan transaksi dan menumbuhkan kepuasan. Citra inilah yang dibangun oleh PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele sebagai lembaga keuangan yang sehat dan kompetitif.

Citra perusahaan (*corporate image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap perusahaan dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap perusahaan (Pradipta, 2012). Kesan-kesan yang terkait organisasi akan semakin meningkat dengan semakin banyaknya pengalaman nasabah dalam bekerjasama di suatu Bank atau dengan semakin seringnya mendengar Bank tersebut dalam strategi komunikasi.

Citra perusahaan yang ada pada PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele yakni dikenal sebagai bank yang memasyarakat. Hal ini dikarenakan mayoritas nasabah adalah masyarakat menengah kebawah maka dalam kegiatan sehari-hari dalam menyampaikan informasi kepada nasabah menggunakan bahasa lokal daerah setempat. Ini dilakukan agar PD.

BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele dekat dengan masyarakat sehingga tidak ada jarak dengan nasabah dan memudahkan nasabah agar tidak canggung dalam bertransaksi ataupun bertanya dan menyampaikan keluhan yang ada. Selain itu untuk menjaga citra perusahaan, PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele berusaha menunjukkan diri sebagai lembaga keuangan yang sehat dan terpercaya di masyarakat.

Berdasarkan beberapa fenomena terkait kepuasan kerja, kualitas layanan dan citra perusahaan yang ada dan penjelasan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, agar permasalahan dalam penelitian ini tidak meluas perlu pembatasan masalah yakni

1. Variabel yang akan diteliti adalah:

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan (Kotler, 2000:25). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tangible*, *emphaty*, *responsivness*, *reliability*, dan *assurance*.

b. Citra perusahaan

Citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2006:299). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *personality* (kepribadian), *reputation* (reputasi), *values/ethics* (nilai atau etika), dan *corporate identity* (identitas korporat).

c. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong, 1999). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

2. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah debitur di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

1.4. Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan dilakukannya penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya bidang manajemen perbankan dan sebagai bahan referensi bagi pihak lain, baik pelaku langsung lembaga perbankan maupun masyarakat umum.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman praktis dan mengetahui sejauh mana kemampuan teoritis yang dimiliki penulis dapat diterapkan dalam praktek sehari-hari.

b. Manfaat Untuk PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap para nasabahnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1.6. Landasan Teori

1.6.1. Kepuasan Nasabah

1.6.1.1. Definisi Kepuasan Nasabah

Nasabah merupakan orang yang menjadi pelanggan Bank yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman. Nasabah menurut menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah adalah orang yg biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Menurut Kasmir (2008:230), mengemukakan bahwa nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat CS itu sendiri.

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respon terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau tidak sesuai yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian. Kepuasan menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapan terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam proses layanan perbankan (Hidayat, 2009).

Konsep tersebut menyiratkan bahwa kepuasan nasabah tidak diukur dengan rasa puas atau ketidak puas. Kepuasan nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap kepuasaan nasabah timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap kualitas layanan dan citra perbankan (Tjiptono, 2005:387).

Menurut Kotler (2005:136) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat adanya makna bahwa kepuasan nasabah merupakan suatu perasaan atau penilaian emosionalnya atas penggunaan suatu produk ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi (Chakraborty dan Sengupta, 2013).

Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177). Sedangkan Saladin (2003:9), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75), Kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2012:311), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Sedangkan menurut Yamit (2005:78), Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.

Menurut Walker, et al. (2001:35), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang

atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai kepuasan nasabah, dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat dimana seorang nasabah atau konsumen memberikan penilaian terhadap jasa yang diterimanya dan membandingkan jasa yang diterimanya apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupyoadi (2001), dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh organisasi antara lain:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut (Zeithaml 2003:162), terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- a. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan

tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari teman-teman atau tetangganya.

- b. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
- c. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
- d. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *External communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Pada umumnya program kepuasan pelanggan mencakup kombinasi dari tujuh elemen utama (Tjiptono, 2004) yakni:

- a. Barang dan jasa berkualitas

Organisasi yang ingin menerapkan konsep kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan

layanan yang prima. Untuk itu, berlaku prinsip “*quality comes first, satisfaction programs follow*”. Biasanya organisasi yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Sering kali ini merupakan cara untuk menjustifikasikan harga yang lebih mahal.

b. *Relationship marketing*

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (*repeat business*) dan menciptakan loyalitas pelanggan.

c. Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara organisasi dan pelanggan. Biasanya program ini memberikan semacam penghargaan (*rewards*) khusus, seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk atau jasa organisasi kepada pelanggan rutin (*heavy users*) agar tetap loyal pada produk dari organisasi bersangkutan. Melalui kerjasama seperti itu diharapkan

kemampuan menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan akan semakin besar.

d. Fokus pada konsumen terbaik (*best customers*)

Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy users* atau pelanggan yang berbelanja dalam jumlah banyak. Namun, kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan organisasi), dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas daripada terus-menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah) juga termasuk dalam kategori pelanggan terbaik.

e. Sistem penanganan komplain secara efektif

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Organisasi harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Setelah itu jika terjadi masalah, organisasi segera berusaha memperbaikinya lewat system penanganan complain. Jadi jaminan kualitas harus mendahului penanganan komplain.

f. *Unconditional guarantees*

Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para konsumen mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima. Garansi bermanfaat dalam mengurangi resiko pembelian oleh pelanggan, memberikan sinyal mengenai kualitas produk dan secara tegas menyatakan bahwa organisasi bertanggung jawab atas produk atau jasa yang diberikannya.

g. Program *Pay for performance*

Program kepuasan konsumen atau pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak organisasi yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan harus didukung pula dengan *total quality customer* yang mengkaitkan system penilaian kinerja dan kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.

3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonely dikutip dalam Tjiptono (2004:101) indikator kepuasan terdiri dari:

a. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian Harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, yang meliputi:

- 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesediaan Merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

1.6.2. Kualitas Pelayanan

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Menurut Heizer dan Render (2009:300), menyatakan bahwa kualitas merupakan kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas berarti memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera pelanggan. Setiap orang dalam organisasi hendaknya memandang orang lain sebagai rekannya yang dapat dilihat dan dihargai sebagai bagian

dari penentu berhasilnya melaksanakan kewajiban. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84), Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

Kotler (2000:25), menjelaskan mengenai pengertian kualitas pelayanan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat (Bloemer et al, 1998 dalam Karsono, 2007).

Roesanto (2000) dalam Tasunar (2006:44) berpendapat bahwa kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan.

Sedangkan Gronroos dalam Hanif (2004) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja *actual* pelayanan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Penilaian kualitas pelayanan, menurut Parasuraman dalam Hardiyansyah (2011:92), Penilaian kualitas pelayanan sebagai suatu pertimbangan global atau sikap yang berhubungan dengan keunggulan (*superiority*) dari suatu pelayanan. Penilaian kualitas pelayanan sama dengan sikap individu secara umum terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya, ditambahkan bahwa penilaian kualitas pelayanan adalah tingkat dan arah perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan.

Berdasarkan definisi mengenai kualitas pelayanan dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan sebuah jasa untuk

2. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002:85), ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik jasa yang paling penting adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran partisipasi pelanggan/konsumen. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa, yang disebabkan karena tidak terampil dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, cemberut, dan lain-lain.

b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.

Keterlibatan tenaga kerja yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah dalam kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi disebabkan oleh tingkat upah dan pendidikan karyawan yang masih relative rendah, kurangnya perhatian, dan tingkat kemahiran karyawan yang tinggi.

- c. Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai.

Karyawan yang berada di garis depan merupakan ujung tombak dari system pemberian jasa. Supaya mereka dapat memberikan jasa yang efektif maka mereka perlu mendapatkan pemberdayaan dan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen sehingga nantinya mereka dapat mengendalikan dan menguasai cara melakukan pekerjaan, sadar dan konteks dimana pekerjaan dilaksanakan, bertanggung jawab atas output kinerja pribadi, bertanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi, keadilan dalam distribusi balas jasa berdasarkan kinerja dan kinerja kolektif.

- d. Kesenjangan komunikasi

Komunikasi merupakan faktor yang esensial dalam kontrak dengan karyawan. Jika terjadi *gap* dalam komunikasi, maka akan timbul penilaian dan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan. Kesenjangan komunikasi dalam pelayanan meliputi: memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhinya, kurang menyajikan informasi yang baru kepada pelanggan, pesan kurang dipahami pelanggan, dan kurang tanggapnya perusahaan terhadap keluhan pelanggan.

- e. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama.

Para pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam hal melakukan interaksi dengan pemberi jasa tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan jasa yang seragam. Sering terjadi pelanggan menuntut jasa yang bersifat personal dan berbeda dengan pelanggan yang lainnya, sehingga hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan agar dapat memahami kebutuhan pelanggan secara khusus.

- f. Perluasan dan pengembangan pelayanan secara berlebihan.

Memperkenalkan jasa baru untuk memperkaya jasa yang telah ada agar dapat menghindari adanya pelayanan yang buruk dan meningkatkan peluang pemasaran, kadang-kadang menimbulkan masalah disekitar kualitas jasa dan hasil yang diperoleh tidak optimal.

- g. Visi bisnis jangka pendek.

Visi bisnis dalam jangka pendek dapat merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk dalam jangka panjang. Misal kebijakan suatu bank untuk menekan biaya dengan mengurangi jumlah *teller* yang menyebabkan semakin panjang antrian di bank tersebut.

3. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002:88) ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah:

a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa.

Setiap perusahaan jasa berupaya memberikan kualitas jasa pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya, perlu melakukan riset untuk mengidentifikasi jasa dominan yang paling penting bagi pasar sasaran terhadap perusahaan serta berdasarkan determinan tersebut, sehingga diketahui posisi relative perusahaan dimata pelanggan dibandingkan dengan para pesaing agar dapat memfokuskan peningkatan kualitasnya pada aspek dominan tersebut.

b. Mengelola harapan konsumen.

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebihi-lebihkan pesan komunikasinya kepada konsumen agar mereka terpikat. Hal seperti ini dapat menjadi bumerang bagi perusahaan karena semakin besar pula harapan konsumen yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan konsumen oleh perusahaan.

c. Mengelola bukti kualitas jasa.

Mengelola bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi konsumen selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh

karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka konsumen cenderung untuk memperhatikan faktor-faktor tangible yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang perusahaan jasa, bukti langsung meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator seperti apa jasa yang diberikan dan seperti apa saja yang telah diterima.

d. Mendidik konsumen tentang jasa.

Membantu konsumen dalam memahami merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa. Konsumen yang terdidik akan dapat mengambil keputusan lebih baik sehingga kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi. Upaya mendidik konsumen ini dapat dilakukan dalam bentuk melakukan pelayanan sendiri, membantu konsumen kepada menggunakan sesuatu jasa, bagaimana menggunakan jasa, dan menjelaskan kepada konsumen alasan-alasan yang mendasari kebijaksanaan yang bisa mengecewakan mereka.

e. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai

tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Agar dapat menciptakan budaya kualitas yang baik maka dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

f. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumberdaya manusia yang dimiliki. Namun sebelum memutuskan melakukan otomatisasi perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang dibutuhkan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan otomatisasi.

g. Menindaklanjuti jasa.

Menindak lanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua konsumen untuk mengetahui keinginan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk berkomunikasi baik menyangkut kebutuhan maupun keluhan mereka.

h. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan secara sistematis

untuk mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan dan konsumen.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Menilai kualitas pelayanan dapat dilihat dari seluruh indikator yang ada pada pelayanan itu sendiri. Ada lima Indikator utama kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono dan Gregorius (2007:133), yaitu:

a. Tangible

Tangible (nyata) yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Pentingnya indikator tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

b. Emphaty

Emphaty (empati) yaitu berkenaan mengenai perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Jadi komponen dari indikator ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. *Responsivness*

Responsivness (responsif) yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Indikator ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari indikator ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan,

kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. *Reliability*

Reliability (reliabilitas) yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyajikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Pentingnya indikator ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur indikator *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

e. *Asurance*

Asurance (kepastian/jaminan) yaitu perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan pengetahuan yang dibutuhkan untuk setiap pertanyaan atas masalah pelanggan. Indikator ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan

kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari indikator ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

1.6.3. Citra Perusahaan

1. Definisi Citra Perusahaan

Menurut Kotler (2002:338), citra adalah: persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Sedangkan dalam Buchari (2000:317), mengutip dari pendapat Huddleston, mengenai citra adalah kesan yang dipikirkan dan yang diketahui oleh seseorang atau kelompok mengenai suatu hal baik perusahaan maupun produknya yang diperoleh melalui pengalaman.

Menurut Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2006:299) dalam Perdananingtyas (2013), Citra perusahaan adalah seperangkat

keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan.

Bill Canton dalam Soleh dan Elvinaro (2005:111) dalam Perdananingtyas (2013), Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap suatu perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Nguyen dan Le Blanc dalam Flavian et al. (2005), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Sedangkan Nicholas yang dikutip dalam Sutisna (2000), citra perusahaan adalah gambaran singkat yang dimiliki dari sebuah organisasi yang dihasilkan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima.

Salam et al. (2010), menjelaskan definisi mengenai citra perusahaan bahwa citra perusahaan yaitu kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen pada perusahaan. Baik citra positif maupun negatif kemudian akan teringat kembali ketika

nama perusahaan tersebut terdengar atau terbawa ke dalam ingatan konsumen.

Menurut Berman dan Evans dalam Weiwei (2007), menjelaskan bahwa:

Citra perusahaan merupakan campuran dari aspek fungsional dan emosional yaitu pengalaman terdahulu antara konsumen dengan perusahaan misalnya iklan, getok tular, harapan akan datang yang berpengaruh positif secara langsung pada kepuasan konsumen. Jika konsumen pernah mendapatkan pengalaman baik dengan perusahaan, maka kepuasannya akan meningkat. Sebaliknya ketika pernah terjadi pengalaman buruk, maka kepuasan juga akan menurun.

2. Komponen Citra Perusahaan

Walter dalam Chiu dan Hsu (2010), membagi citra perusahaan menjadi tiga bagian utama yang penting bagi konsumen, yaitu:

a. Citra institusi

Citra institusi yaitu sikap konsumen secara umum terhadap perusahaan.

- 1) Citra perusahaan. Citra perusahaan yaitu kesan yang terbentuk dari persepsi dimana perusahaan dan seluruh aktivitas sosialnya dipandang sebagai bagian dari masyarakat.
- 2) Citra Toko. Citra toko yaitu dimana konsumen membuat penilaian tentang perusahaan dari pengalaman mereka tentang produk dan pelayanannya.

b. Citra fungsional

Citra fungsional yaitu citra yang terbentuk melalui aktivitas operasional yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

- 1) Citra pelayanan. Citra pelayanan yaitu persepsi konsumen tentang pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- 2) Citra harga. Citra harga yaitu kesan konsumen mengenai harga dari produk atau jasa, diskon yang diberikan dan kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 3) Citra promosional. Citra promosional yaitu persepsi konsumen mengenai metode promosi yang dijalankan oleh perusahaan.

c. Citra komoditas

Citra komoditas yaitu persepsi konsumen mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

- 1) Citra produk. Citra produk yaitu persepsi konsumen mengenai produk, penerapan dan kualitas produk.
- 2) Citra merek. Citra merek yaitu persepsi konsumen mengenai nama merek perusahaan.
- 3) Citra lini merek. Citra lini merek yaitu persepsi konsumen mengenai desain merek, pengemasan dan atribut produk.

Menurut Nguyen dan Leblanc (2002:58) dalam Susilawati (2014), menjelaskan bahwa terdapat dua komponen dasar citra perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- a. Komponen fungsional, dimana komponen fungsional berkaitan dengan atribut yang dapat diukur dengan mudah.
- b. Komponen emosional berkaitan dengan indikator *psychological*, yaitu perasaan dan sikap konsumen terhadap perusahaan, yang didasarkan pada pengalaman konsumen saat berinteraksi dengan perusahaan dan atribut informasi yang menggambarkan citra perusahaan tersebut. Dengan kata lain, citra dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan, yang nantinya dapat dijadikan pertimbangan untuk mengambil keputusan.

3. Manfaat Citra Perusahaan

Siswanto (2004:3) mengemukakan bahwa manfaat citra perusahaan yang baik dan kuat ialah untuk:

- a. Memberi daya saing menengah dan panjang yang mantap (*min and long term sustainable competitive position*).
- b. Menjadi perisai selama krisis (*an insurance for adverse times*).
- c. Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executives available*).

- d. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*).
- e. Penghematan biaya operasional (*cost savings*).

4. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Shirley (2007:71) dalam Susilawati (2014), indikator citra perusahaan ada empat, antara lain:

- a. *Personality* (Kepribadian), yakni keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh lingkungan di luar perusahaan, misalnya keyakinan pada perusahaan, dan tingkat tanggungjawab sosial.
- b. *Reputation* (Reputasi), yakni keyakinan seseorang terhadap perusahaan berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain atas jasa atau produk perusahaan, kenyamanan ketika menggunakan pelayanan pada jasa perusahaan tersebut.
- c. *Values/Ethics* (Nilai/Etika), yakni nilai-nilai dan filosofi yang dianut perusahaan, misalnya keramahan pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi baik internal perusahaan maupun interaksi dengan pihak luar.
- d. *Corporate identity* (Identitas Korporat), yakni identitas dalam nama, simbol, logo, warna dan ritual untuk memunculkan perusahaan, merk dan kepentingan perusahaan.

1.7. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 105 responden, dengan metode *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi berganda dan berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar. Kemudian kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar.
2. Penelitian yang dilakukan Fitri Sulistia Ibrahim dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen (Strudi Kasus pada BPD DIY). Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan pengambilan sampel *purposing sampling*. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, dan uji statistic validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik dan hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, nilai nasabah, citra perusahaan dan atribut produk

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 37,8% dan 62,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Secara simultan, berpengaruh positif dan signifikan. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif, nilai nasabah tidak berpengaruh, citra perusahaan berpengaruh positif dan atribut produk tidak berpengaruh.

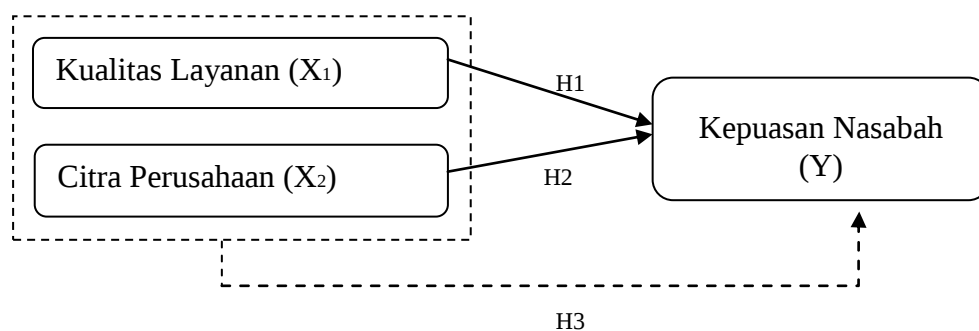
3. Penelitian yang dilakukan oleh Robby Nur Akbar, Zainul Arifin, dan Sunarti Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. Aia Financial Cabang Malang, Jawa Timur). Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel-variabel bebas meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan F_{hitung} sebesar 0.000 ($p < 0,05$). Besarnya kontribusi dari kelima variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap Struktur Keputusan Pembelian adalah 68,8%, sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa secara sendiri-sendiri kelima variabel bebas yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Iftiani, Azis Fathoni SE MM, dan Maria M Minarsih dari Universitas Pandanaran Semarang tentang Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Al- Hikmah Ungaran Cabang Babadan. Penelitian dilakukan terhadap 98 responden dengan metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan citra perusahaan, kepercayaan, sistem bagi hasil dan prosedur pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 85,2% variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel citra perusahaan, kepercayaan, sistem bagi hasil dan prosedur pembiayaan, sedangkan 14,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

1.8. Kerangka Teoritis

Berdasarkan definisi operasional maka kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar II-1
Kerangka Teoritis



1.9. Hipotesis

Dari model kerangka pikir yang telah digambarkan, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah :

H₁: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PD.

BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

H₂: Ada pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di PD.

BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

H₃: Ada pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.10. Objek dan Subjek Penelitian

1.10.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah.

1.10.2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele dengan jumlah responden adalah 90 orang.

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2004). Berdasarkan model yang dikembangkan, variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Variable independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab atau berubahnya suatu variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah: kualitas layanan (X1), dan citra perusahaan (X2).

2. Variable dependen

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena variabel lain (variabel bebas). Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah: kepuasan nasabah (Y)

3.2.2. Definisi Operasional Variabel

Supaya penelitian mempunyai batas pengertian yang jelas, mudah diukur dan menghindari penafsiran yang berbeda maka perlu dijabarkan arti setiap variabel tersebut dalam suatu definisi operasional. Adapun definisi operasional variabel penelitian dan nilai hasil ukur sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong, 1999). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan (Hawkins dan Lonely dikutip dalam Tjiptono, 2004:101)

Tabel III-1.
Distribusi Variabel Kepuasan Nasabah pada Kuesioner

No.	Indikator	Distribusi Butir Ke-	Jumlah
1	Kesesuaian harapan	1, 2	2
2	Minat berkunjung kembali	3, 4	2
3	Kesediaan merekomendasikan	5, 6	2
Jumlah			6

2. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan (Kotler, 2000:25). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tangible*, *emphaty*, *responsivness*, *reliability*, dan *assurance* (Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono dan Gregorius, 2007:133)

Tabel III-2
Distribusi Variabel Kualitas Layanan pada Kuesioner

No.	Indikator	Distribusi Butir Ke-	Jumlah
1	<i>Tangible</i>	1, 2	2
2	<i>Emphaty</i>	3, 4	2
3	<i>Responsiveness</i>	5, 6	2
4	<i>Reliability</i>	7, 8	2
5	<i>Assurance</i>	9, 10	2
Jumlah			10

3. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2006:299). Indikator yang digunakan dalam

penelitian ini adalah *personality* (kepribadian), *reputation* (reputasi), *values/ethics* (nilai/etika), *corporate identity* (identitas korporat) (Shirley, 2007:71).

Tabel III-3.
Distribusi Variabel Citra Perusahaan pada Kuesioner

No.	Indikator	Distribusi Butir Ke-	Jumlah
1	<i>Personality</i> (kepribadian)	1, 2	2
2	<i>Reputation</i> (reputasi)	3, 4	2
3	<i>Values/ethics</i> (nilai/etika)	5, 6	2
4	<i>Corporate identity</i> (identitas korporat)	7, 8	2
Jumlah			8

3.3. Instrumen Atau Alat Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:265), instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Penskoran digunakan dengan menggunakan skala *Likert*.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 19), skala *likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap *statemen* atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Modifikasi skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala Likert meniadakan katagori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu:

katagoritersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidaksetujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu. Tersediannya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah. Maksud katagori SS-S-TS-STTS adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.

Maka dalam penelitian ini dengan menggunakan empat *alternative* jawaban, yaitu: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STTS). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009: 93).

3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diukur kebenarannya dan menjadi dasar untuk dianalisa dalam penelitian (Sugiyono, 2005:80).

3.4.1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:137) yang menyatakan bahwa Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari subyek yang diteliti yaitu nasabah di PD

BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada responden.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2005:62), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2009: 142), “Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Untuk alternatif jawaban dalam angket ini ditetapkan skor yang diberikan untuk masing-masing pilihan dengan menggunakan modifikasi skala likert yakni untuk jawaban sangat setuju mendapat nilai 4, setuju mendapat nilai 3, tidak

setuju mendapat nilai 2 dan sangat tidak setuju mendapat nilai 1.

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan cara pengumpulan data dengan sumber data dari buku pustaka, internet dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

3. Wawancara

Merupakan suatu tanya jawab secara tatap muka yang dilaksanakan oleh peneliti dengan pihak-pihak yang dianggap dapat menerangkan tentang masalah yang diteliti..

3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005:41). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah debitur di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele berjumlah 900 nasabah.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2005:73). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dan teknik *convenience sampling*. Menurut

Sugiyono (2009:84) *nonprobability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Sedangkan *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih responden yang paling mudah ditemui (Sugiyono, 2009:86).

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Slovin dengan memilih ukuran sampel yang bisa diambil dalam suatu penelitian yang mempunyai jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka dihitung dengan rumus sebagai berikut (Umar, 2005):

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

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = *margin of error*, dengan persen kelonggaran yang masih dapat ditolerir sebesar 10%.

Maka perhitungan besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{900}{1 + 900 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{900}{10}$$

$$n = 90$$

Berdasarkan hasil yang didapat, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian berjumlah 90 orang responden yang merupakan nasabah debitur yang ada di PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan data responden dalam bentuk tabel, dan dari hasil jawaban kuesioner (usia, pendidikan dan masa kerja).

3.6.2. Analisis Statistika

Analisis statistika adalah metode analisis data dengan menggunakan angka-angka yang diperoleh dari pengolahan data melalui rumus yang tepat. Adapun analisis yang digunakan meliputi:

1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2010:137) mengemukakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk

mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Analisis terhadap hasil uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan programisasi komputer dengan program *SPSS 23.0 for windows*, menggunakan *product moment* dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2002) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- n = Banyaknya sampel atau jumlah responden
- $\sum XY$ = Jumlah skor item dengan skor total variabel
- $\sum X^2$ = Jumlah skor item kuadrat
- $\sum Y^2$ = Jumlah skor total variabel kuadrat
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = Jumlah skor total variabel
- X = Skor tiap item yang dipertanyakan
- Y = Skor total variabel

Hasil nilai signifikansi *Person Correlation* di bawah taraf signifikan 5% maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Dengan level signifikan 95% maka dasar analisisnya (Ghozali, 2009):

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel} (\alpha = 0,05)$ berarti item tersebut valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel} (\alpha = 0,05)$ berarti item tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel diaktakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.60 (Ridwan dan Sunarto, 2007:133).

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Analisis terhadap hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan programisasi komputer dengan program *SPSS 23.0 for window*. Pada penelitian ini penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

σ^2 = Total varian

Kriteria pengujian uji reliabilitas:

- a. Jika *Alpha Cronbach* $> 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika *Alpha Cronbach* $< 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi dapat dipakai. Uji tersebut meliputi uji normalitas data, uji multikolinieritas data, dan uji heterokedastisitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for windows*.

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) Dimana menurut Hair et al dalam Priyatno (2009), variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar dari 10.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik scatter plot pada output *SPSS 23.0 for windows*, dimana menurut Priyatno (2009) ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan mengamati penyebaran data pada sumbu diagonal suatu grafik. Menurut Santoso (2001) ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam menganalisis data hasil penelitian ini, maka pada tahap pertama peneliti melakukan pengujian kuesioner, yaitu uji validitas dan realibitas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar satu variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Untuk garis regresi linear dengan dua variabel prediktor persamaannya menurut Sugiyono (2011:275) adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel <i>dependen</i> (kepuasan nasabah)
X1	= Variabel <i>independen</i> (kualitas pelayanan)
X2	= Variabel <i>independen</i> (citra perusahaan)
a	= Konstanta
b1, b2	= Koefisien regresi
e	= <i>Error</i>

3.6.5. Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2009), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam

menerangkan variabel *dependen* dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$. Rumus yang digunakan adalah:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

Menentukan t_{tabel} dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = *degree of freedom*

n = sampel

k = jumlah variabel

Dengan hipotesis statistiknya sebagai berikut:

- a. Tidak ada pengaruh signifikan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $signifikansi > 0,05$
- b. Terdapat pengaruh signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $signifikansi < 0,05$

2. Uji hipotesis simultan (uji F)

Menurut Ghozali (2009), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel *dependen* atau terikat. Variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n-k-1)}{K (1-R^2)}$$

Keterangan:

F = Nilai koefisien

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Menentukan Ftabel dengan rumus:

df 1 (dengan pembilang) = k-1

df 2 (dengan penyebut) = n-k

Keterangan:

df = *degree of freedom*

n = sampel

k = jumlah variabel

Hipotesis statistik untuk uji F adalah sebagai berikut (Ghozali,2009):

- a. Apabila F_{hitung} yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima.

- b. Apabila F_{hitung} yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

3. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2009), koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepadatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) nol variabel *independen* sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*. selain itu koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel *dependen* (Y) yang disebabkan variabel *independen* (X).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1.11. Gambaran Umum PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

1.11.1. Sejarah PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Badan Kredit Kecamatan (PD BPR BKK) Kebumen berawal dari Badan Kredit Kecamatan (BKK) yang didirikan dengan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Provinsi Jawa Tengah tanggal 4 September 1969. Tujuan pembentukan BKK tersebut bukan untuk pengembangan BKK itu sendiri sebagai suatu Badan Perkreditan, tetapi pembentukan BKK adalah “Pembangunan Desa” (*Rural Development*) dan bukan “Pengembangan Bank (*Bank Development*).

Modal awal bersumber dari APBD Jateng berupa pinjaman sebesar Rp 1.000.000. Peningkatan status Badan Kredit Kecamatan menjadi Bank Perkreditan Rakyat terjadi pada tahun 1992. Pada tanggal 11 Oktober 2008 PD BPR BKK di Kabupaten Kebumen melakukan penggabungan usaha (*merger*) berdasarkan surat keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia Nomor: 10/11/KEP. DpG/2008 tanggal 20 Agustus 2008 dan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor: 539/37/2008 tanggal 12 September 2008 tentang Pemberian Izin Penggabungan Usaha PD BPR BKK se-Kabupaten Kebumen dari 19 PD BPR BKK se Kabupaten Kebumen menjadi PD BPR BKK Kebumen hingga sekarang.

Kantor Pusat berkedudukan di Jalan HM. Sarbini No.30 Kebumen dengan 1 (satu) kantor pusat operasional dan 19 (Sembilan belas) kantor cabang di wilayah Kabupaten Kebumen. Salah Satunya yakni PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele yang merupakan kantor cabang yang berada di wilayah Rowokole.

Produk-produk yang di tawarkan oleh PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele yakni untuk kredit terdiri dari kredit umum, kredit pegawai, kredit perangkat desa, kredit *grace period*, kredit laptop, kredit lembaga, kredit kesejahteraan, dan kredit mikro bersama. Sementara untuk tabungan terdiri dari tamades umum, tamades wajib, tamades pelajar, tamades plus, tamades haji, tamades harapan dan deposito berjangka.

1.11.2. Visi dan Misi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

1. Visi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Menjadi Perusahaan Daerah yang Profesional, Terdepan , dan Terpercaya.

2. Misi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

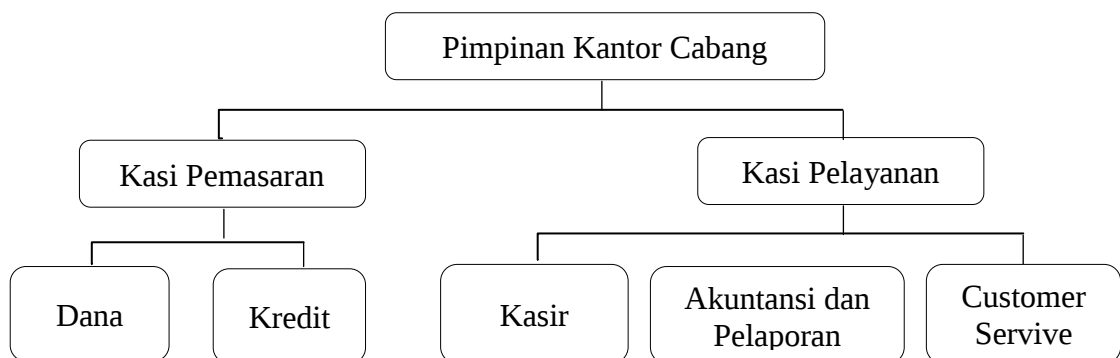
- a. Menunjang Program Pemerintah dibidang ekonomi, keuangan dan industri Bank Perkreditan Rakyat.
- b. Menghasilkan produk-produk unggulan yang memberikan kepuasan kepada para nasabah.

- c. Menjaga dan menumbuh kembangkan kepercayaan masyarakat.
- d. Mencapai pertumbuhan yang setinggi-tingginya dengan kekuatan dan Kualitas Layanan diri.
- e. Memberi manfaat yang sebesar-besarnya kepada para nasabah, pemegang saham, karyawan dan masyarakat pada umumnya.
- f. Meningkatkan kemampuan berkreasi dan berinovasi.

1.11.3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan gambaran perangkat kerja yang masing-masing mempunyai wewenang, tanggung jawab, tugas pokok, dan fungsi dalam sebuah organisasi. Adapun bagan struktur organisasi pada kantor cabang Rowokele adalah sebagai berikut.

Gambar IV-1
Struktur Organisasi PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele



Sumber: PD BPR BKK Kebumen, 2017

3.7. Analisis Deskriptif

3.7.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 90 orang responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel IV-1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	Laki-laki	67	74,4
2.	Perempuan	23	25,6
	Jumlah	90	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan data yang di olah pada Tabel IV-1 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 90 responden terdapat 67 orang responden atau 74,4% adalah laki-laki. Sedangkan, 23 orang responden atau 25,6% adalah perempuan.

3.7.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 90 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel IV-2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	20-30	6	6,7
2.	31-40	31	34,4
3.	41-50	36	40
4	>50	17	18,9
	Jumlah	90	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan data yang di olah pada Tabel IV-2 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dari 90 responden terdapat 6 orang responden atau 6,7% mempunyai usia antara 20-30 tahun 31 orang responden atau 34,4% mempunyai usia antara 31-40 tahun, 36 orang responden atau 40% mempunyai umur antara 41-50 tahun, dan 17 orang responden atau 18,9% mempunyai umur >50 tahun.

3.7.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 90 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel IV-3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	Wiraswasta	43	47,8
2.	Karyawan	21	23,3
3.	Pegawai Negeri Sipil	9	10
4.	Petani	17	18,9
	Jumlah	90	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan data yang di olah pada Tabel IV-3 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dari 90 responden terdapat 43 orang responden atau 47,8% mempunyai pekerjaan wiraswasta, 21 orang responden atau 23,3% mempunyai pekerjaan karyawan, 9 orang responden atau 10% mempunyai

pekerjaan pegawai negeri sipil, dan 17 orang responden atau 18,9% mempunyai pekerjaan petani.

3.7.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 90 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel IV-4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Menjadi Nasabah (Tahun)	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	1-5	22	24,4
2.	6-10	31	34,4
3.	11-15	23	25,6
4.	>16	14	15,6
	Jumlah	90	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan data yang di olah pada Tabel IV-4 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah dari 90 responden terdapat 22 orang responden atau 24,4% lama menjadi nasabah 1-5 tahun, 31 orang responden atau 34,4% lama menjadi nasabah 6-10 tahun, 23 orang responden atau 25,6% lama menjadi nasabah 11-15 tahun, dan 14 orang responden atau 15,6% lama menjadi nasabah >16 tahun.

3.8. Analisis Statistika

Analisis statistika dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat bantu analisis yang berasal dari sampel yang berjumlah 90 orang responden di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

3.8.1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, butir pertanyaan di uji dengan menggunakan uji validitas dengan sampel berjumlah 90 responden. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila tingkat korelasi antara indikator variabel dengan variabel mempunyai korelasi yang tinggi dengan tingkat signifikan $<0,05$ maka dapat dikatakan indikator-indikator tersebut adalah valid atau jika r hitung untuk tiap butir dengan nilai korelasi lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for windows*, maka kuesioner yang terdiri dari butir-butir pernyataan dinyatakan valid dengan rincian sebagai berikut:

1. Uji Validitas Kualitas Layanan

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas variabel Kualitas Layanan.

Tabel IV-5
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Butir	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,609	0,207	Valid
2	0,622	0,207	Valid
3	0,439	0,207	Valid
4	0,529	0,207	Valid
5	0,560	0,207	Valid
6	0,577	0,207	Valid
7	0,618	0,207	Valid
8	0,669	0,207	Valid
9	0,691	0,207	Valid
10	0,495	0,207	Valid

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Tabel IV-5 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Layanan dinyatakan valid, karena secara keseluruhan diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,207.

2. Uji Validitas Citra Perusahaan

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas variabel Citra Perusahaan.

Tabel IV-6
Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan

Butir	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,706	0,207	Valid
2	0,725	0,207	Valid
3	0,702	0,207	Valid
4	0,448	0,207	Valid
5	0,691	0,207	Valid
6	0,672	0,207	Valid
7	0,728	0,207	Valid
8	0,693	0,207	Valid

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Tabel IV-6 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel citra perusahaan dinyatakan valid, karena secara keseluruhan diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,207.

3. Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas variabel kepuasan nasabah.

Tabel IV-7
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Butir	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,755	0,207	Valid
2	0,773	0,207	Valid
3	0,733	0,207	Valid
4	0,813	0,207	Valid
5	0,794	0,207	Valid
6	0,720	0,207	Valid

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Tabel IV-7 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid, karena secara keseluruhan diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,207.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, butir pernyataan dinyatakan reliabel atau handal apabila:

1. *Cronbach Alpha* > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel.

2. *Cronbach Alpha* < 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for windows*, maka kuesioner yang terdiri dari butir-butir pernyataan dinyatakan reliabel dengan rincian sebagai berikut:

Tabel IV-8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,788	Reliabel
Citra Perusahaan	0,826	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,860	Reliabel

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Tabel IV-8 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinyatakan reliabel, karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai 0,60.

3.8.3. Uji Asusmsi Klasik

1. Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Variabel dinyatakan multikolinearitas apabila memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) diatas 10 dan *tolerance* dibawah 0,1. Sedangkan variabel dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas

apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1

Tabel IV-9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Layanan	.980	1.021
	Citra_Perusahaan	.980	1.021

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

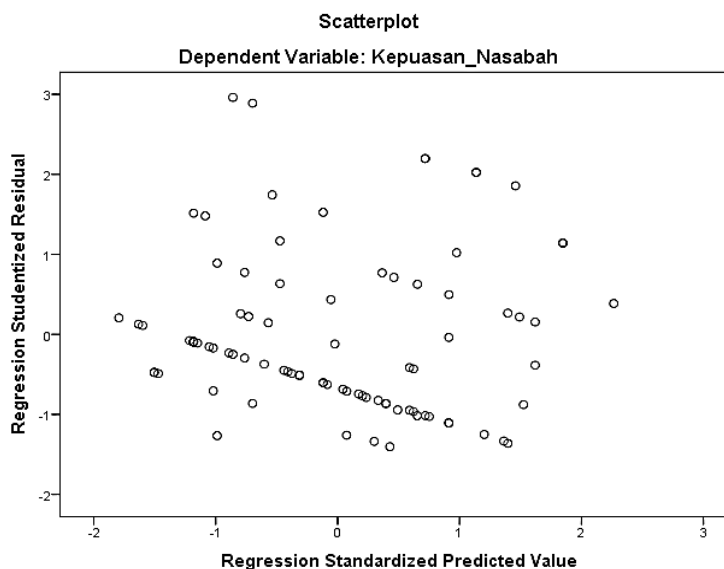
Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Tabel IV-10 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai VIF 1,021 dengan nilai *tolerance* 0,980 dan citra perusahaan memiliki nilai VIF 1,021 dengan nilai *tolerance* 0,980. sehingga model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan model regresinya dapat digunakan.

2. Heterokesdastisitas

Uji heterokesdastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian dilakukan menggunakan grafik *plot*. Jika grafik *plot* titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas. Sementara jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

Gambar IV-2
Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas



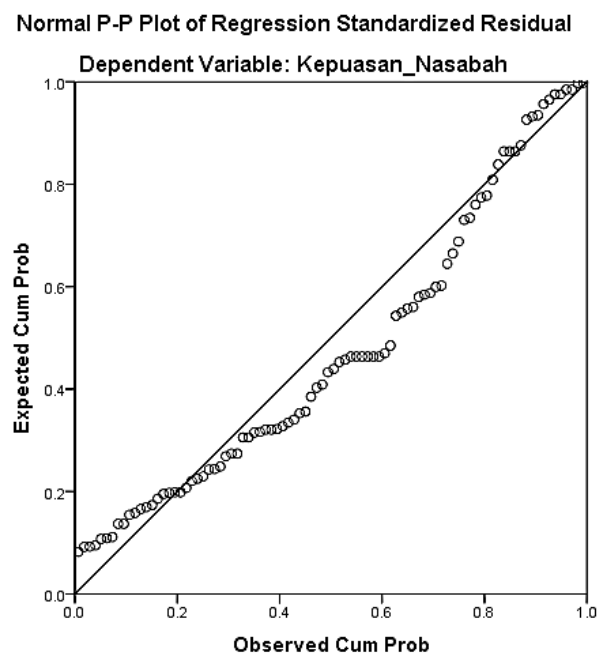
Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Gambar IV-2 menunjukkan grafik *plot* tidak membentuk pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka diindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas atau dapat dikatakan bahwa data homokedastisitas sehingga asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas terpenuhi.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan *residual* (SRESID) (Ghozali, 2009:126) .

Gambar IV-3
Grafik Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Gambar IV-3 menunjukkan bahwa distribusi data *residual* normal dan garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data normal.

3.8.4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar satu variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependen*

X₁, X₂ = Variabel *independen*

- α = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefisien regresi
 e = Error

Adapun hasil dari perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel IV-10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.483	2.765		2.706	.008
Kualitas_Layanan	.146	.071	.200	2.048	.044
Citra Perusahaan	.263	.071	.360	3.696	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 7,483 + 0,146X_1 + 0,263X_2$$

Kemudian nilai-nilai b_1 , b_2 , dan b_3 dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 7,483

Menunjukkan nilai konstanta atau nilai tetap kepuasan nasabah yang tidak terpengaruh oleh variabel kualitas layanan dan citra perusahaan maka nilai kepuasan nasabah sebesar 7,483 poin.

2. Variabel Independen

- a. $b_1 = 0,146$

Koefisien regresi untuk X_1 sebesar 0,146 artinya kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap

kepuasan nasabah. Jika variabel kualitas layanan (X_1) dinaikan satu poin sementara variabel lain (citra perusahaan) tetap maka nilai kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,146 poin.

b. $b_2 = 0,263$

Koefisien regresi untuk X_2 sebesar 0,263 artinya citra perusahaan (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Jika variabel citra perusahaan (X_2) dinaikan satu poin sementara variabel lain (kualitas layanan) tetap maka nilai kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,263 poin.

3.8.5. Uji Hipotesis

Teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut dalam uji statistik adalah teknik regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for windows*. Hipotesis yang diajukan yakni:

- a. Diduga ada pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.
- b. Diduga ada pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Berdasarkan hal tersebut, berikut ini akan dijelaskan hasil analisis hipotesisnya.

1. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel IV-11
Hasil Uji Hipotesis Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.483	2.765		2.706	.008
Kualitas_Layanan	.146	.071	.200	2.048	.044
Citra_Perusahaan	.263	.071	.360	3.696	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- Variabel kualitas layanan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,048 lebih besar dari t_{tabel} 1,98761 dengan tingkat signifikan 0,044 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.
- Variabel Citra Perusahaan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,696 lebih besar dari t_{tabel} 1,98761 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menyatakan bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

2. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel IV-12
Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73.147	2	36.574	10.216	.000 ^b
Residual	311.475	87	3.580		
Total	384.622	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kualitas_Layanan

Sumber: Data primer yang di olah, 2017

Berdasarkan hasil uji ANOVA / bersama-sama, diperoleh nilai F sebesar 10,216 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan rendahnya tingkat probabilitas 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

3.8.6. Koefisien Determinasi

Tabel IV-13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.172	1.89213

a. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kualitas_Layanan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,172 atau 17,2% menandakan bahwa Kualitas Layanan

(X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 17,2% sedangkan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.9. Pembahasan Dan Implikasi Manajerial

Pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Hasil uji t kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} sebesar 2,048 lebih besar dari t_{tabel} 1,98761 dengan tingkat signifikan 0,044 lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Semakin baik kualitas layanan yang dimiliki dan diberikan oleh organisasi kepada nasabah, maka semakin baik pula kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan kelayakan nasabah tersebut. Sedangkan bila kualitas layanan yang dimiliki nasabah tersebut rendah maka kepuasan nasabahnya juga rendah.

Hal ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana tentang

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar, Robby Nur Akbar, Zainul Arifin dan Sunarti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. Aia Financial Cabang Malang, Jawa Timur), serta Fitri Sulistia Ibrahim tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen (Strudi Kasus pada BPD DIY) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, pihak PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele perlu mengupayakan untuk mengembangkan kualitas layanan yang dimiliki dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan, sosialisasi terkait hal-hal teknis yang baru seperti mengenal mengenai produk baru sehingga dapat menjelaskan kepada nasabah tentang produk tersebut secara lebih spesifik. Selain itu kualitas pelayanan juga dapat didukung dengan pemberian fasilitas bagi nasabah yang menunggu antrian seperti menyediakan air mineral, tempat *charger hand phone*, tempat duduk bahkan televisi agar nasabah merasa nyaman. Sedangkan kualitas layanan yang dalam bentuk tindakan yang dapat diberikan kepada nasabah dapat berupa, respon cepat tanggap dari pegawai untuk mengatasi keluhan dari nasabah dan sikap ramah yang ditunjukkan pegawai.

2. Citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Hasil uji t citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} sebesar 3,696 lebih besar dari t_{tabel} 1,98761 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang bernilai positif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Apabila citra perusahaan yang ditunjukkan nasabah tersebut tinggi, ini juga akan membuat kepuasan nasabah dari nasabah tersebut tinggi. Begitu pula sebaliknya bila citra perusahaan yang ditunjukkan nasabah tersebut rendah maka kepuasan nasabah yang ditunjukkan juga rendah.

Hal ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar, Lutfi Iftiani, Azis Fathoni SE MM, dan Maria M Minarsih tentang Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Al- Hikmah Ungaran Cabang Babadan dan Fitri Sulistia Ibrahim tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada

BPD DIY) bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Implementasi manajerial dari penelitian ini adalah perlunya organisasi untuk mempertahankan dan mendukung citra perusahaan yang dimiliki PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele agar nasabah senantiasa loyal kepada pihak Bank dengan cara menjadi lembaga keuangan yang sehat, selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan dekat dengan masyarakat. Karena PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele merupakan lembaga keuangan bagi masyarakat menengah kebawah, maka PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele harus bisa memasyarakat dan dekat dengan nasabah seperti menggunakan bahasa lokal daerah setempat agar komunikasi dengan nasabah dapat berjalan dengan baik, dan selalu menjaga adat istiadat daerah setempat. Dengan menunjukkan bahwa PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele merupakan Bank yang memasyarakat maka hal ini akan membentuk citra positif dan kepuasan nasabah juga akan meningkat. Sebaliknya bila citra perusahaan yang ditunjukkan rendah maka hal ini akan berakibat pada menurunnya kepuasan nasabah dan nasabah akan enggan untuk melakukan transaksi di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

3. Kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Hasil uji F diatas F_{hitung} sebesar 10,216 dengan tingkat signifikan 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat diartikan bahwa secara bersama-sama faktor-faktor dan indikator yang berkaitan dengan variabel kualitas layanan dan citra perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Implementasi manajerial dari penelitian ini untuk PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele yakni perlu adanya perhatian khusus pada faktor-faktor yang berupa kualitas layanan dan citra perusahaan karena faktor-faktor tersebut berpengaruh dan dibutuhkan oleh organisasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dan menjaga citra perusahaan yang dimiliki, maka kepuasan nasabah terhadap PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele juga akan meningkat. Namun sebaliknya bila kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang ditunjukkan rendah maka akan berakibat pada menurunnya kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Semakin baik kualitas layanan yang dimiliki oleh organisasi, maka semakin baik pula kepuasan nasabah tersebut. Sedangkan bila kualitas layanan yang dimiliki oleh organisasi rendah, maka kepuasan nasabah tersebut juga rendah.
2. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Apabila citra perusahaan yang ditunjukkan nasabah tersebut tinggi, ini juga akan membuat kepuasan nasabah dari nasabah tersebut tinggi. Begitu pula sebaliknya bila citra perusahaan yang ditunjukkan nasabah tersebut rendah maka kepuasan nasabah yang ditunjukkan juga rendah.
3. Kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah maka PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele harus meningkatkan kualitas layanan dan citra perusahaannya.

4. Kualitas layanan dan citra perusahaan mempunyai sumbangan pengaruh terhadap meningkatnya maupun menurunnya kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele sebesar 17,2% sedangkan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini yakni kualitas layanan dan citra perusahaan.

5.2. Saran

Saran-saran yang dapat peneliti sampaikan sehubungan dengan penelitian ini adalah:

1. Kualitas layanan terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Oleh karena itu pegawai di PD BPR BKK Kebumen perlu mengupayakan untuk mengembangkan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh pegawainya dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan, dan sosialisasi terkait produk baru. Selain itu kualitas pelayanan juga dapat berupa sikap ramah dan cepat tanggap pegawai dalam menangani keluhan dari nasabah maupun menyediakan fasilitas penunjang seperti air mineral, tempat *charger handphone* dan lain sebagainya bagi nasabah yang sedang menunggu antrian.
2. Citra perusahaan terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele. Oleh karena itu pihak PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele perlu memperhatikan dan mempertahankan citra

perusahaan yang dimiliki dengan menjadi Bank yang memasyarakat salah satunya dengan menjaga kearifan lokal yakni berkomunikasi dengan nasabah menggunakan bahasa lokal daerah setempat. Selain memudahkan dalam berkomunikasi, maka citra positif sebagai Bank yang memasyarakat juga akan melekat.

3. Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian serupa dan juga mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain dikarenakan masih banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, F. S. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan Dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah)". (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).
- Akbar, R. N., & Arifin, Z. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 1-8.
- Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Buchari, Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Djaslim, Saladin. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Jilid 3. Yogyakarta: Andi
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Iftiani, L., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. 2015. "Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah DI BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Babadan". *Journal Of Management*, 1(1).

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Mathis dan Jackson. 2008. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyaningsih, L. A., & Suasana, I. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1).
- Ramadhayanti, A. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Ojek Online (Studi Kasus: Pengguna Transportasi GO-JEK)". *Widya Cipta*, 8(2).
- Salira, R. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Garuda Indonesia Cabang Bandung". *Doctoral dissertation*, Universitas Widyatama.
- Soemirat, Soleh & Ardianto. Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suryaatmaja, A. N., Suprpti, N. W. S., & Yasa, N. N. K. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Dan *Word Of Mouth* Nasabah". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(07).
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun citra perusahaan*. Jakarta: PT. Damar.

Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2002. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta. ANDI.

Yamit, Zulian. 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonisia

Zeithaml, V.A. and M.J. Bitner. 2003. "Service Marketing : Integrating Customer.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

PD BPR BKK KEBUMEN CABANG ROWOKELE

Kepada Yth:

Nasabah PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir program sarjana, penulis berusaha melakukan pengumpulan data tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele, untuk itu besar harapan penulis agar responden bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah tersedia di dalam angket ini.

Semua informasi dalam kuesioner ini bersifat konfidensial (terjaga kerahasiaannya). Atas kesediaannya, penulis mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Yulaeli Puji Rahayu

No Responden:

IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda Cheklist (√) untuk setiap jawaban yang menurut Anda paling sesuai bagi diri Anda

1) Jenis Kelamin

☐

Laki-Laki

☐

Perempuan

2) Usia

☐

20-30 tahun

☐

41-50 tahun

☐

31-40ahun

☐

>50 tahun

3) Pekerjaan

☐

Wiraswasta

☐

Pegawai Negeri Sipil

☐

Karyawan

☐

Petani

4) Lama Menjadi Nasabah

☐

1-5 tahun

☐

11-15 tahun

☐

6-10 tahun

☐

>16 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

Untuk menjawab pertanyaan yang ada berilah tanda checklist (√) pada kolom yang tersedia untuk setiap pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu. Adapun penjelasan untuk masing-masing kolom jawaban, yaitu :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

A. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Lokasi PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele sangat strategis sehingga mudah dijangkau.				
2.	Saya mudah untuk mengenali PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele dari bentuk dan warna bangunannya.				
3.	PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele memberikan keringanan denda bagi nasabah yang mengalami keterlambatan pembayaran.				
4.	Karyawan PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele menyediakan waktu untuk memberi perhatian yang penuh terhadap keluhan nasabah.				
5.	Karyawan PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele mampu menangani keluhan nasabah dengan cepat.				
6.	Karyawan PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele tanggap terhadap hal-hal yang dibutuhkan nasabah.				
7.	PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan.				
8.	Karyawan PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele memberikan pelayanan dengan cepat.				
9.	Nasabah merasa nyaman saat melakukan transaksi di PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele.				
10.	PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele menyediakan fasilitas keamanan ditempat parkir.				

B. Citra Perusahaan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya percaya untuk melakukan transaksi di PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele.				
2.	PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele memiliki citra yang baik di masyarakat.				
3.	Selama menjadi nasabah saya tidak pernah mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan.				
4.	Saya memilih melakukan transaksi di PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele atas saran orang lain.				
5.	Keramahan pelayanan selalu di jaga PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele.				
6.	PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele selalu menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah.				
7.	Tulisan dan warna PD BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele mudah untuk diingat.				
8.	Nasabah dapat secara mudah mengenali PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele dari logonya.				

C. Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan melebihi dengan yang diharapkan.				
2.	Produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan nasabah.				
3.	Saya berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan.				
4.	Saya berminat berkunjung kembali karena produk-produk yang ditawarkan.				
5.	Saya menyarankan kepada rekan saya untuk datang ke PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele karena kualitas pelayanan yang diberikan.				
6.	Saya menyarankan kepada rekan saya untuk datang ke PD BPR BKK Kebumen cabang Rowokele karena jenis-jenis produk yang ditawarkan.				

Tabulasi Data Kuesioner Nasabah PD. BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

NO	Kualitas Layanan										X1	Citra Perusahaan								X2	Kepuasan Nasabah						Y
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	
1	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34	3	4	3	2	4	3	3	4	26	3	3	3	3	3	3	18
2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33	3	3	2	3	3	4	3	3	24	2	3	3	3	3	3	17
3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34	3	3	4	3	4	4	4	4	29	3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	33	3	3	4	2	4	3	2	2	23	3	2	3	2	3	3	16
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	2	3	3	3	3	23	2	3	3	3	3	3	17
6	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	3	23
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	3	23
8	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	34	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	3	4	4	3	21
9	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	3	4	4	4	2	29	4	3	3	3	4	4	21
10	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34	4	4	3	2	4	4	4	4	29	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	18
12	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	2	4	4	4	4	30	3	4	4	4	4	4	23
13	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	27	4	4	3	3	4	4	4	4	30	2	3	3	3	3	3	17
14	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	28	4	4	3	2	4	4	4	4	29	3	4	4	3	3	3	20
15	2	3	2	3	3	3	4	4	4	3	31	4	4	3	3	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	32	4	3	3	3	4	4	4	4	29	2	3	4	3	3	3	18
17	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34	4	4	3	3	4	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	34	4	4	4	2	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	30	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18
20	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	31	4	4	3	3	3	4	4	4	29	2	3	3	3	3	3	17
21	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	4	4	4	4	28	2	3	3	3	3	3	17
22	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	4	4	4	27	2	3	4	3	3	3	18
23	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	2	3	3	4	4	25	2	3	4	3	3	3	18
24	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
26	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	29	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18
27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	2	3	4	3	3	24	2	3	3	3	3	3	17
28	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
29	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	4	4	3	3	4	3	4	4	29	3	3	4	3	3	3	19
30	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18
31	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	22
32	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18
33	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	36	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3	4	3	3	3	3	19
34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	3	3	2	2	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	18
35	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34	4	3	3	3	3	3	4	4	27	3	3	3	3	3	3	18
36	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	35	3	3	3	3	4	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18
37	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	33	3	3	2	3	3	3	3	3	23	4	4	3	3	3	3	20
38	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18
39	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	34	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	4	4	3	4	22
40	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	35	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
41	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	37	4	4	4	3	3	3	4	4	29	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	4	4	3	3	21
43	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	4	3	3	25	4	3	3	3	3	3	19
44	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33	3	4	3	3	4	3	4	3	27	3	3	3	3	3	3	18
45	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	18

46	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	24
47	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	4	4	3	3	3	3	3	26	3	4	3	3	3	3	18
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	4	3	3	3	3	3	3	25	4	3	3	3	3	3	19
50	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	29	4	3	2	3	4	3	4	27	4	3	3	4	3	3	20
51	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	32	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	33	3	4	3	3	4	3	4	28	3	4	3	3	4	4	21
53	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	4	4	3	27	3	3	3	4	4	4	21
54	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	3	3	3	20
55	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	3	22
56	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	3	4	26	4	4	3	3	4	4	22
57	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	30	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	34	4	4	3	3	3	4	4	29	4	4	4	3	3	3	21
59	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	33	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	3	3	21
60	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	33	4	4	4	3	3	3	4	29	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	2	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	3	3	3	3	3	3	4	26	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	4	4	4	2	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	4	4	4	28	3	3	4	3	3	3	19
65	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
66	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	27	4	4	3	2	3	4	3	26	4	3	4	3	4	3	21
67	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29	4	3	3	3	3	3	4	27	3	4	4	4	3	3	21
68	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	36	4	4	3	3	3	3	3	26	3	4	4	4	3	3	21
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
70	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	27	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	18
71	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	34	4	4	3	2	4	4	4	29	3	4	4	3	3	3	20
72	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
73	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	30	3	3	2	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	18
74	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
76	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	27	4	4	3	2	3	3	4	27	3	4	3	3	3	3	19
77	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	30	3	3	3	4	3	3	4	27	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
79	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	33	4	4	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18
80	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31	4	4	4	2	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	29	4	4	4	4	3	3	4	30	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	34	4	4	4	2	3	3	4	28	3	4	3	3	3	3	19
83	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33	3	3	3	3	3	3	4	26	3	3	3	3	3	3	18
84	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	29	4	3	4	2	3	4	3	26	3	3	3	3	4	4	20
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
86	4	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	28	4	3	3	2	3	3	3	24	2	3	3	3	3	3	17
87	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	2	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	18
88	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18
89	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28	4	4	4	4	3	3	4	30	3	3	3	3	3	3	18
90	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	2	4	3	3	3	24	2	3	3	3	3	3	17

HASIL UJI SPSS

1. Analisis Statistika (Uji Validitas dan Reliabilitas)

a. Uji Validitas Kualitas Layanan

Correlations												
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	Kualitas_Layanan
X1_1	Pearson Correlation	1	.786**	.107	.087	.034	.144	.042	.188	.322**	.290**	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000	.316	.413	.752	.175	.696	.076	.002	.005	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_2	Pearson Correlation	.786**	1	.101	.115	.079	.157	.085	.219*	.325**	.339**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000		.341	.282	.460	.140	.424	.038	.002	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_3	Pearson Correlation	.107	.101	1	.224*	.183	.169	.230*	.183	.220*	.089	.439**
	Sig. (2-tailed)	.316	.341		.033	.084	.111	.029	.084	.037	.407	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_4	Pearson Correlation	.087	.115	.224*	1	.436*	.562*	.348**	.256*	.279**	.205	.529**
	Sig. (2-tailed)	.413	.282	.033		.000	.000	.001	.015	.008	.052	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_5	Pearson Correlation	.034	.079	.183	.436*	1	.604*	.474**	.396*	.329**	.092	.560**
	Sig. (2-tailed)	.752	.460	.084	.000		.000	.000	.000	.002	.388	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_6	Pearson Correlation	.144	.157	.169	.562*	.604*	1	.393**	.329*	.255*	.136	.577**
	Sig. (2-tailed)	.175	.140	.111	.000	.000		.000	.002	.015	.201	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_7	Pearson Correlation	.042	.085	.230*	.348*	.474*	.393*	1	.666*	.435**	.186	.618**
	Sig. (2-tailed)	.696	.424	.029	.001	.000	.000		.000	.000	.079	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_8	Pearson Correlation	.188	.219*	.183	.256*	.396*	.329*	.666**	1	.535**	.247*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.076	.038	.084	.015	.000	.002	.000		.000	.019	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_9	Pearson Correlation	.322**	.325**	.220*	.279*	.329*	.255*	.435**	.535*	1	.310**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.037	.008	.002	.015	.000	.000		.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_10	Pearson Correlation	.290**	.339**	.089	.205	.092	.136	.186	.247*	.310**	1	.495**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.407	.052	.388	.201	.079	.019	.003		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KualitasLayanan	Pearson Correlation	.609**	.622**	.439*	.529*	.560*	.577*	.618**	.669*	.691**	.495**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Citra Perusahaan

Correlations										
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Citra Perusahaan
X2_1	Pearson Correlation	1	.702**	.507**	.138	.338**	.402**	.405**	.371**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.195	.001	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_2	Pearson Correlation	.702**	1	.503**	.131	.441**	.418**	.407**	.369**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.217	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_3	Pearson Correlation	.507**	.503**	1	.251*	.439**	.427**	.331**	.290**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.017	.000	.000	.001	.005	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_4	Pearson Correlation	.138	.131	.251*	1	.197	.130	.161	.154	.448**
	Sig. (2-tailed)	.195	.217	.017		.062	.223	.131	.148	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_5	Pearson Correlation	.338**	.441**	.439**	.197	1	.612**	.393**	.354**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.062		.000	.000	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_6	Pearson Correlation	.402**	.418**	.427**	.130	.612**	1	.370**	.332**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.223	.000		.000	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_7	Pearson Correlation	.405**	.407**	.331**	.161	.393**	.370**	1	.864**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.131	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_8	Pearson Correlation	.371**	.369**	.290**	.154	.354**	.332**	.864**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.148	.001	.001	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.706**	.725**	.702**	.448**	.691**	.672**	.728**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Correlations							
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Kepuasan Nasabah
Y_1	Pearson Correlation	1	.444**	.388**	.518**	.523**	.428**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_2	Pearson Correlation	.444**	1	.593**	.569**	.515**	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_3	Pearson Correlation	.388**	.593**	1	.641**	.412**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003
	N	90	90	90	90	90	90
Y_4	Pearson Correlation	.518**	.569**	.641**	1	.505**	.517**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_5	Pearson Correlation	.523**	.515**	.412**	.505**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_6	Pearson Correlation	.428**	.412**	.308**	.517**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90
Kepuasan_Nasabah	Pearson Correlation	.755**	.773**	.733**	.813**	.794**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.788	10

e. Uji Reliabilitas Citra Perusahaan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.814	.826	8

f. Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.860	6

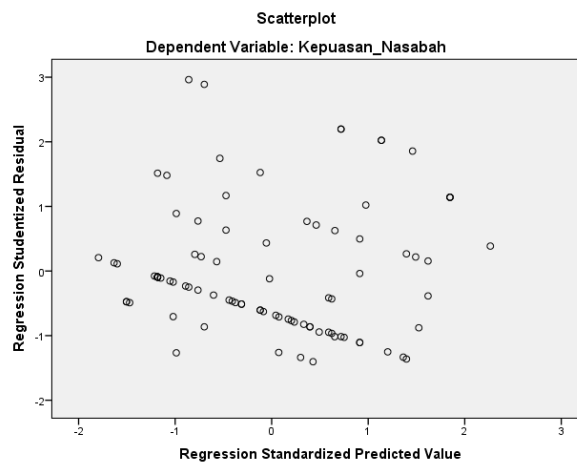
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

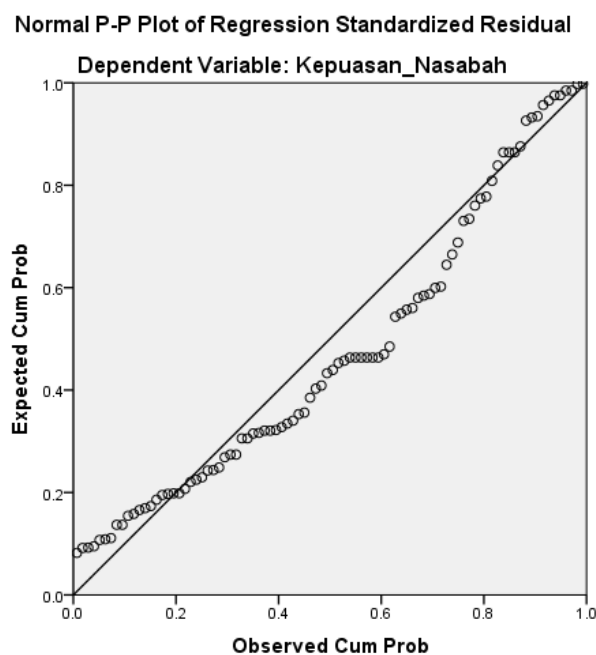
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Layanan	.980	1.021
	Citra Perusahaan	.980	1.021

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Uji Heterokedstisitas



c. Uji Normalitas



3. Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi

a. Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.483	2.765		2.706	.008
Kualitas_Layanan	.146	.071	.200	2.048	.044
Citra_Perusahaan	.263	.071	.360	3.696	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73.147	2	36.574	10.216	.000 ^b
Residual	311.475	87	3.580		
Total	384.622	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kualitas_Layanan

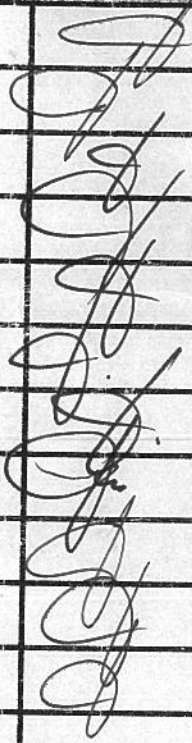
c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.172	1.89213

a. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kualitas_Layanan

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

NAMA : Tulaeli Puji Rahayu
NIM : 115501183
Pembimbing : Irfan Helmy, SE., MM.

No	TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN
1	6 Apr 2017	Latr Blotan	
2	8 Apr 2017	Bab I & II	
3	15 Apr 2017	Rev. Bab I	
4	22 Apr 2017	Bab II	
5	20 Mei 2017	Rev. Bab II + Bab III	
6	3 Jun 2017	Kuesioner	
7	17 Jun 2017	Rev. Kuesioner.	
8	16 Jul 2017	Acc Proposal	
9	5/8/2017	Rev. Proposal → skor kuesioner	
10	14/8/17	Bab 1-5 → Revisi total	
11	14/8/17	ACC ujian pendadaran	
12			
13			
14			
15			



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PUTRA BANGSA

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN (SI) DAN AKUNTANSI (D3)

Jl. Ronggowarsito No. 18. Pejagoan. Kebumen - Telp. 0287 - 384011

STATUS
TERAKREDITASI

Nomor : 005/Ket/U.Pen/E/VIII/2017

Kebumen, 7 Agustus 2017

Lamp. : -

Hal : IZIN PENELITIAN

Kepada

Yth.Pimpinan PD.BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele

Jl. Raya Jatijajar Km.6 Rowokele, Kebumen

Di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada kita semua.

Laporan Tugas Akhir/ Bussines Plan/Skripsi sebagai salah satu prasyarat kelulusan dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami memintakan izin bagi mahasiswa kami untuk melakukan penelitian di PD.BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian adalah sebagai berikut :

Nama : YULAEI PUJI RAHAYU
NIM : 115501183
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian/LTA : Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PD.BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele.

Kami mengharapkan bimbingan dan pengarahan untuk mahasiswa tersebut. Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan izin yang telah diberikan diucapkan terima kasih.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTRA BANGSA

KETUA



GUNARSO WIWOHO, SE.,MM

NIDN. 0612097501



Nomor : 589 /PD.BPR-BKK/Kbm/VIII/2017

Kebumen, 14 Agustus 2017

Lamp : -

Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Pimpinan
PD.BPR BKK Kebumen
Kantor Cabang Rowokele
di- Rowokele

Menanggapi surat dari pimpinan kantor cabang Rowokele Nomor: 176/PD.BPRBKKKbm/Cab.Rwl/VIII/2017, tanggal 08 Agustus 2017 perihal sebagaimana disebutkan pada pokok surat, maka dengan ini disampaikan bahwa pada prinsipnya kami memberikan Izin kepada Saudari ;

N a m a : YULAEI PUJI RAHAYU
NIM : 115501183
Prodi : Manajemen S1;

Untuk melaksanakan penelitian sebagai syarat menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Preusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PD.BPR BKK Kebumen Cabang Rowokele"**.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan Sebagai berikut :

1. Kegiatan Penelitian dimaksud benar-benar untuk kepentingan karya ilmiah.
2. Tidak untuk di publikasikan.
3. Sanggup menjaga kerahasiaan Bank.
4. Kami ditembusi Laporan Tugas Akhir Hasil Penelitian

Demikian untuk dapat menjadikan maklum.

DIREKSI
PD.BANK PERKREDITAN RAKYAT
BKK KEBUMEN



SUTRISNO, S.E.
Direktur Utama

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan,
2. Ketua STIE PUTRA BANGSA
3. Peringgal