

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA PERBANKAN DI BANK BNI CABANG UPN VJ

Oleh

Arif Setiawan dan Yuliniar

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi

Jl. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan (12450)

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality of the customer satisfaction in the bank BNI UPN VJ. The data used are the primary data and data processing is done using spss 17. Variable under study consists responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangible and customer satisfaction. The analysis used to test the study was multiple regression. With the help of the SPSS 17.0 Method of sampling in this study is a non probability sampling with a purposive sampling method. Variable and can be interpreted brand image has a greater influence on purchase decisions, when compared with the quality of the product.

Key words: responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangible and customer satisfaction

Key Words : Event/sponsorship, Brand Image

PENDAHULUAN LATAR BELAKANG

Banyak berdirinya bank - bank swasta, baik lokal maupun penanam modal asing, seperti bank BCA, BNI, BRI, dan masih banyak lagi bank berdiri yang di Indonesia dan persaingan makin ketat dengan adanya bank-bank yang bermunculan, Konsultan riset Nielsen memperkirakan pada masa mendatang institusi perbankan di Indonesia akan cenderung semakin memperkuat aspek branding. "Selama empat tahun terakhir, belanja iklan di televisi, radio, koran atau majalah untuk kepentingan *branding* terus meningkat," kata Director for Financial Services Nielsen Indonesia, Dena Firmayansyah, di Jakarta, Selasa. Berdasarkan data belanja iklan perbankan yang dirilis Nielsen, total belanja iklan bank-bank di Indonesia pada 2007 mencapai Rp1,03 triliun. Kemudian, pada 2009 jumlah tersebut meningkat menjadi Rp1,27 triliun, dan pada 2010 naik kembali menjadi Rp1,85 triliun. Dengan adanya persaingan yang ketat maka perusahaan pun melakukan strategi-strategi

untuk mendapatkan nasabah, dan mempertahankan nasabah.

Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen atau pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

PERMASALAHAN

Bedasarkan uraian Latar Belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BNI cabang UPN VJ.
2. Faktor manakah yang sangat dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bank BNI cabang UPN VJ.

TEORITIS

American Marketing Association (2009:5) menawarkan definisi formal tentang Pemasaran sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Menurut Kotler dan Keller (2009 :5) definisi sosial dari Pemasaran yaitu “Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Menurut Kotler (1994) Dikutip dari buku Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani (2009: 6) mendefinisikan jasa sebagai berikut’

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Menurut Lovelock dan Lauren Kdikutup dari buku pemasaran jasa (2005:5) mendefinisikan jasa sebagai berikut’

- Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi.

- Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik). Griffin (1996) dikutip dari buku Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani (2009: 6) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut.

- Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

- Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan konsumsi secara bersamaan.

Customization (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kotler, (2007:180), mendefinisikan Kualitas sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Menurut Tjiptono (2005 : 110): “kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Hallowell (1996) dikutip dari buku Senoaji (2008) menyarankan kepuasan adalah persepsi pelanggan dari value yang diterima dalam suatu transaksi atau hubungan.

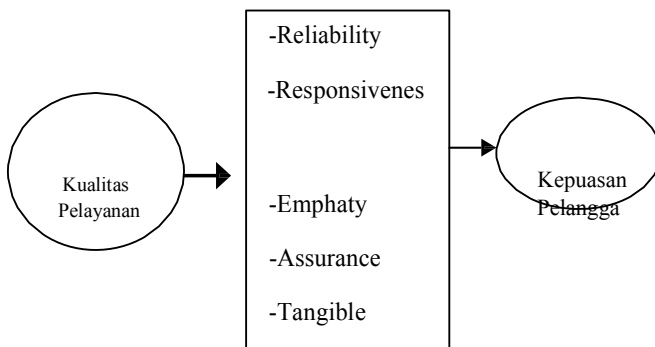
Tjiptono (2004) menyatakan konsep kepuasan pelanggan, kualitas jasa/layanan, dan nilai pelanggan (*costumer value*) berkaitan erat. Meskipun para manajer sering kali memperlakukan ketiga konsep ini sebagai hal yang sama, berbagai riset terakhir menunjukkan bahwa ketiganya berkaitan erat namun berbeda.

HIPOTESIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teoritis yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka diajukan hipotesis.

Jadi hipotesis adalah bahwa dari hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang sangat signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen.

Adapun kerangka pemikirannya adalah :



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda, yaitu Analisis data yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Porpositive sampling*, dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan subyek untuk memilih responden yang memiliki kriteria-kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Menurut Widiyanto (2008) ukuran populasi

dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Uniersitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang beralamat di Jl. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan.

TEKNIK PENGOLAHAN DATA

Populasi

Menurut Sugiono (2006:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Uniersitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang beralamat di Jl. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan.

Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Augusty Ferdinand, 2011 : 215).

Sample yang diambil adalah para responden yang pernah menggunakan jasa bank BNI cabang UPN VJ pada mahasiswa UPN Veteran Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan 2009-2011. Menurut Widiyanto (2008) ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti.

Tiap item (individu) didalam kelompok yang terpilih akan diambil sebagai sampel (Rozaini Nasution : 2003). Dalam menentukan ukuran sampel rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin, yaitu:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi
 e = Persentase
 kelonggaran ketidak terikatan karena

kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini data primer yang terdiri dari kuisisioner dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk diisi dalam rangka untuk memperoleh data penelitian. Berdasarkan masalah dalam penelitian ini maka data primer yang diperlukan adalah data tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa perbankan bank BNI cabang UPN VJ.

Pengukuran yang dilakukan oleh penulis dalam proses pengolahan data adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiono (2006:86), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Pada penelitian ini responden memilih salah satu jawaban yang siberi skor tertentu. Skor responden kemudian dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor. Total skor inilah yang ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

Peneliti member lima alternative jawaban kepada responden, dengan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian ini yang dapat dilihat pada table III.3 berikut ini :

Table III.2
 Alternative Jawaban Responden

No	Skala pengukuran	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (TSS)	1

Sumber : Sugiono (2006:87)

Menurut Mudrajad Kuncoro (2009:173) Reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas adalah ukuran konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama pada kesempatan yang berbeda dan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan guna memperoleh konsisten pengukuran apabila dilakukan pengukuran ulang. Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah Dengan menggunakan metode alpha-cronbach.

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabilitas
> 0,20 s.d 0,40	Agak Reliabilitas
> 0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabilitas
> 0,60 s.d 0,80	Reliabilitas
> 0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabilitas

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dalam pembobotan data yang diperoleh. Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala Nilai Alternatif jawaban kuisisioner

Alternatif Jawaban	Skor
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
CS (Cukup Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu *normal probability plot*. *Normal probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji asumsi ini bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel independen. Pedoman model regresi yang bebas multikol, yaitu:

< Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1

< Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. (Ghozali, 2007 : 96) yang dikutip oleh Praba Sulistyawati.

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Cara mendeteksinya adalah dengan cara melihat grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antar SRESID dan ZPRED dalam sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ($Y.Pred - Y.Sesungguhnya$) yang telah distudentized analisisnya.

d. Uji Auto Korelasi

Uji ini merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri, maksudnya korelasi dengan dirinya sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya (santoso budi : 2005)

TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data yaitu :

- Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi adalah teknik analisis data yang digunakan dengan menggunakan korelasi yakni mencari

hubungan sebab akibat yang menunjukkan ketergantungan antara variabel X terhadap variabel Y. (Sugiono 2006 : 213)

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

- Koefisien Regresi

Analisis koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, analisis regresi ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

- Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh sumbangan yang diberikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya, pengujian hipotesis dilakukan dengan diterima atau tidaknya antara pengaruh *kualitas pelayanan* terhadap kepuasan pelanggan

Adapun bentuk hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H_0 ditolak, H_a diterima artinya adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis, maka dapat digunakan Uji t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} . Dimana kriterianya adalah sebagai berikut :

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ = maka H_0 ditolak
- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ = maka H_0 diterima

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang

beralamat di Jl. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan..

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

Untuk mengetahui nilai validitas dan reabilitas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggandigunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui berapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan SPSS 17.0.

Validitas kualitas pelayanan

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau tidak valid suatu kuesioner. Instrument terdiri dari 22 butir pertanyaan, dan digunakan sebanyak 30 responden.

1. Responsivness (X^1)

Table 4.2

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.2 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

2. Reliability (X^2)

Table 4.3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.3 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

3. Assurance (X^3)

Table 4.4

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.4 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan

terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

4. Emphaty (X⁴)

Table 4.5

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.5 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

5. Tangible (X⁵)

Table 4.6

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.6 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

6. Kepuasan Pelanggan (Y)

Table 4.7

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Pada Tabel 4.7 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

Butir	R hitung	R tabel	keterangan
P01	0,413	0.374	(valid)
P02	0,672	0.374	(valid)
P03	0,798	0.374	(valid)
P04	0,714	0.374	(valid)
P05	0,778	0.374	(valid)
P06	0,621	0.374	(valid)
P07	0,697	0.374	(valid)
P08	0,758	0.374	(valid)
P09	0,672	0.374	(valid)
P10	0,619	0.374	(valid)
P11	0,774	0.374	(valid)
P12	0,636	0.374	(valid)
P13	0,704	0.374	(valid)
P14	0,704	0.374	(valid)
P15	0,648	0.374	(valid)
P16	0,589	0.374	(valid)
P17	0,622	0.374	(valid)
P18	0,622	0.374	(valid)
P19	0,860	0.374	(valid)
P20	0,872	0.374	(valid)
P21	0,641	0.374	(valid)
P22	0,636	0.374	(valid)

Untuk nilai r table untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena N=30, maka derajat bebasnya adalah $N-2=30-2=28$. Nilai r tabel pada $df=28$ dan $\alpha=0.05$ adalah 0.374 (pada table r).

Uji asumsi klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal (Santosa&Asofyan Yamin dan Heri Kurniawan, 2009:85)

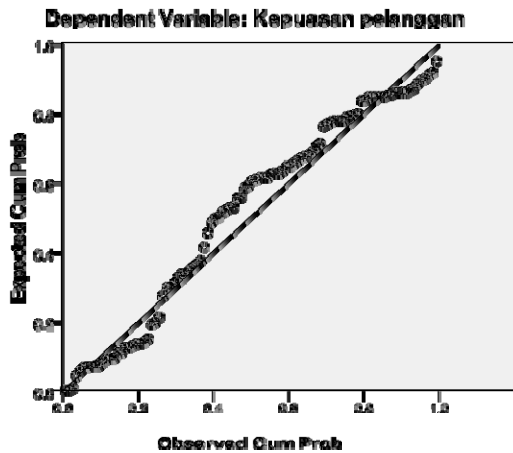
Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *PP Plot Regression Standarized Residual* untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau mendekati normal atau tidak.

Pada Normal P-P Plot prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil normalitas dengan menggunakan analisis *PP Plot Regression Standarized Residual* ditunjukkan dengan grafik sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Jika variable independen saling berkorelasi, maka variable-variabel ini tidak orthogonal

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menghitung nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)* dimana jika *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai *variance inflation factor (VIF)* ≥ 10 berarti terdapat multikolinieritas.

Table 4.11

Model	Coefficients		Collinearity Statistics	
	Unstandardized	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.732	.008		
Responsiveness	.370	.712	.504	1.983
Reliability	-.669	.505	.477	2.096
Assurance	1.054	.294	.476	2.101
Empathy	4.403	.000	.125	8.002
Tangibles	.164	.870	.204	4.893

Dari table diatas menunjukkan bahwa tidak ada nilai tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variable independen. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama, dimana tidak ada variable independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya Heteroskedastisitas akan mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil penaksiran akan menjadi kurang dari semestinya. Heteroskedastisitas bertentangan dengan salah satu asumsi dasar regresi linear, yaitu bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan atau disebut homokedastisitas (Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan, 2009:90)

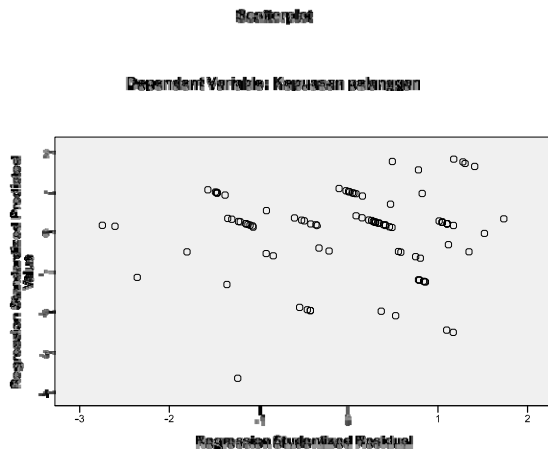
Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka

mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas menunjukkan bahwa dari gambar grafik scatterplot diatas tampak bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil Corrected Item-Total Correlation untuk sub variabel kualitas pelayanan terlihat bahwa semua pertanyaan memiliki nilai r hitung > r table 0.374 sehingga semua pertanyaan pada sub variabel kualitas pelayanan adalah valid.

Sementara reliabilitas dilihat table berikut.

N o	Variabel	Cronbac h's Alpa	N of Ite m	Keteran gan
1	Responsive ness	0,812	4	Sangat Reliabel
2	Reliabilty	0,860	4	Sangat Reliabel
3	Assurance	0,828	4	Sangat Reliabel
4	Emphaty	0,813	2	Sangat

				Reliabel
5	Tangible	0,801	4	Sangat Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan	0,884	4	Sangat Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.892 dengan jumlah pertanyaan butir. Nilai Cronbach's Alpha 0.892 terletak diantara 0,80 s.d 1,00 sehingga tingkat reliabilitas adalah sangat reliabel.

KOEFISIEN KORELASI

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan mengenai kuatnya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan spss 17.0

Tujuan analisis korelasi adalah ingin mengetahui apakah ada hubungan antara sub variabel Responsivness (X¹), Reliability (X²), Assurance (X³), Emphaty (X⁴), dan Tangible (X⁵) terhadap kepuasan pelanggan

		X ¹	X ²	X ³	X ⁴	X ⁵	Y
X ¹	Pearson Correlation	1	.549	.443	.677	.536	.556
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
X ²	Pearson Correlation	.549	1	.539	.706	.665	.550
	Sig (2-tailed)	.000		.000	.000		.000
X ³	Pearson Correlation	.443	.539	1	.718	.621	.623
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
X ⁴	Pearson Correlation	.677	.706	.718	1	.885	.811
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
X ⁵	Pearson Correlation	.536	.665	.621	.885	1	.716
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
Y	Pearson Correlation	.556	.550	.623	.811	.716	1
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

Nilai korelasi sebesar 0.796 atau $r = 0.796$. berdasarkan Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi, angka korelasi sebesar 0.796 terletak pada angka 0.60-0.799 yang berarti tingkat hubungan antar variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan adalah Kuat.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa bank BNI cabang UPN VJ.

Table 4.14

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	4.268	1.562	2.732	.008
Responsiveness	.035	.095	.370	.712
Reliability	-.066	.099	-.669	.505
Assurance	.102	.097	1.054	.294
Empathy	1.230	.279	4.403	.000
Tangibles	.021	.130	.164	.870

Berdasarkan table diatas, maka persamaan regresi yang bisa dibentuk dari pengaruh antara sub variabel kualitas pelayanan secara analitis terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Responsiveness (X^1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
Variable Responsiveness (X^1) mempunyai pengaruh yang positif

terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.035.

2. Reliability (X^2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
Variable Reliability (X^2) mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dibandingkan variable Kualitas produk ($X1$) sebesar -0.066.
3. Assurance (X^3) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
Variable Assurance (X^3) mempunyai pengaruh yang positif yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan responsiveness sebesar 0.102.
4. Empathy (X^4) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
Variable Empathy (X^4) mempunyai pengaruh yang positif yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan responsiveness dan Assurance sebesar 1.230.
5. Tangible (X^5) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
Variable Tangible (X^5) mempunyai pengaruh yang positif yang lebih kecil terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan responsiveness dan Assurance sebesar 0.021.

UJI t

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa bank BNI.

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	4.268	1.562	2.732	.008
Responsiveness	.035	.095	.370	.712
Reliability	-.066	.099	-.669	.505
Assurance	.102	.097	1.054	.294
Empathy	1.230	.279	4.403	.000

Tangibles	.021	.130	.164	.870
-----------	------	------	------	------

Hasil Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan bank BNI cabang UPN VJ secara parsial terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan uji statistic (uji t).apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari table Coefficients^a diperoleh nilai t-hitung dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai t-hitung dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t-tabel dengan menggunakan tingkat kepercayaan(confidence interval) 95% atau $\alpha=0.05$ maka diperoleh nilai t-tabel 1.9845.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sub variabel responsivness (X^1) memiliki nilai t-hitung (0.370) < nilai t-tabel (1.9845), maka keputusannya adalah menolak H_a dan H_0 diterima.Hal ini berarti sub variabel Responsivness secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bank BNI Cabang UPN VJ.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sub variabel reliability (X^2) memiliki nilai t-hitung (-0.669) < nilai t-tabel (1.9845), maka keputusannya adalah menolak H_a dan H_0 diterima.Hal ini berarti sub variabel Reliability secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bank BNI Cabang UPN VJ.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	ig.
IRegression	336.328	5	67.266	36.963	.000 ^a
Residual	171.062	94	1.820		
Total	507.390	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Responsivness, Assurance, Reliability, Emphaty

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sub variabel Assurance (X^3) memiliki nilai t-hitung (1.054) < nilai t-tabel (1.9845), maka keputusannya adalah menolak H_a dan H_0 diterima.Hal ini berarti sub variabel Assurance secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bank BNI Cabang UPN VJ.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sub variabel Emphaty (X^4) memiliki nilai t-hitung (4.403) > nilai t-tabel (1.9845), maka keputusannya adalah menolak H_0 dan H_a diterima. Hal ini berarti sub variabel Emphaty secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bank BNI Cabang UPN VJ.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sub variabel Tangible (X^5) memiliki nilai t-hitung (0.164) < nilai t-tabel (1.9845), maka keputusannya adalah menolak H_a dan H_0 diterima.Hal ini berarti sub variabel Tangible secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bank BNI Cabang UPN VJ.

UJI F

Anova test atau uji F ditujukan untuk menguji seberapa besar/kuat Responsivness (X^1), Reliability (X^2), Assurance (X^3), Emphaty (X^4), dan Tangible (X^5) terhadap kepuasan pelanggan (Y). apabila nilai F-hitung > nilai F-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai F-hitung < F-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji F dari pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 17 akan diperlihatkan sebagai berikut:

Table 4.15

Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".

Table 4.16

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.814 ^a	.663	.645

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Responsivness, Assurance, Reliability, Emphaty

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Dari table diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 36.963 dengan menggunakan tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau $\alpha=0.05$ maka dari table distribusi F diperoleh nilai 3.09.

Dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel, maka F-hitung (36.963) > F-tabel (3.09).Keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.Hal ini berarti bahwa sub variabel Responsivness, Reliability, assurance, Emphaty dan Tangible secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa bank BNI cabang UPN VJ.

Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.

Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase.

Berdasarkan Tabel "Model Summary" dapat disimpulkan bahwa Responsivness, Reliability, assurance, Emphaty, Tangible berpengaruh sebesar 66.3% terhadap Keputusan Pembelian. Dan sisanya 33.7% dipengaruhi variabel lain. Yaitu seperti differensiasi dan iklan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Reliability (X^2) Terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji statistic antara Reliability mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikan yang diperoleh dari hasil penelitian, dimana nilai yang diperoleh ini dari uji SPSS. Nilai yang dihasilkan ini memiliki arti bahwa Reliability tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebaiknya pegawai bank customer service lebih menguasai apa kelebihan differensiasi dari bank tersebut agar dapat menjelaskan kepada nasabah yang ingin membuka rekening.

Pengaruh Assurance (X^3) Terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji statistic antara Assurance mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikan yang diperoleh dari hasil penelitian dan di uji dengan SPSS.

Bank sebaiknya menambahkan sistem keamanan yang lebih modern dan melatih security untuk bersikap ramah kepada nasabah agar nasabah merasakan kenyamanan dalam bertransaksi di bank.

Pengaruh Emphaty (X⁴) Terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji statistic antara Emphaty mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikan yang diperoleh dari hasil penelitian dibawah, dimana nilai yang diperoleh ini berada dibawah nilai signifikansi yang ditetapkan. Nilai yang dihasilkan ini memiliki arti bahwa Emphaty memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Tangible (X⁵) Terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil uji statistic antara Tangible mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan uji SPSS.

Sebaiknya fasilitas bank diperbaiki kembali, seperti ruang tunggu yang memadai dan nyaman agar dapat menimbulkan rasa nyaman kepada para nasabah yang sedang mengantri.

Pengaruh secara simultan antara Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty, dan Tangible terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji statistic antara Responsivness, Reliability, Assurance, dan Tangible terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikan melebihi nilai yang sudah ditetapkan. Nilai signifikan ini diatas nilai yang sudah ditetapkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang tidak simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Dodik Agung Indra, Tri Gunarsih (2004) dimana tidak ada persamaan, yaitu kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara simultan.

Sedangkan sub variabel Emphaty mempunyai nilai signifikan 0,000 sehingga sub variabel Emphaty berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan SPSS 17, maka dapat disimpulkan bahwa Responsivness mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebaiknya para karyawan teller dilatih agar dapat cekatan dalam melayani para nasabah, agar dapat menimbulkan rasa kepuasan pada nasabah.

Hasil uji statistic antara Responsivness, Reliability, Assurance, dan Tangible terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikan melebihi nilai yang sudah ditetapkan. Nilai signifikan ini diatas nilai yang sudah ditetapkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang tidak simultan terhadap kepuasan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara Emphaty Bank BNI cabang UPN VJ terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa bank BNI UPN VJ. Sedangkan sub variable Responsivness, Reliability, Assurance, dan Tangible terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank BNI cabang UPN VJ. Dan sumbangan Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty, dan Tangible berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

V.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan hasil penelitian ini, maka ada beberapa saran yang perlu kami sampaikan kepada Bank BNI Cabang UPN VJ yaitu :

Selain Kualitas pelayanan, Ban BNI harus meningkatkan promosi atau Iklan dan Differensiasi bervariasi, agar pelanggan pengguna jasa Bank BNI seperti Mahasiswa tetap menggunakan jasa bank BN cabang UPN VI.

DAFTAR PUSTAKA

Andi Sylvana, 2004

Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap intensi meregristasi ulang mahasiswa

Budi, Triton Prawira, 2006. "SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametik". Edisi 1. Yogyakarta : Andi Offset

Dodik agung indra, tri gunarsih, 2004.

"pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan keompok: studi kasus pada BPR bank pasar kabupaten karang anyar.

Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah, hor wai mun, 2010.

Service quality delivery and its impact on customer in the banking sector in malaysia

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran, Edisi 13, jilid 1.** Jakarta : Erlangga

Sugiyono, 2006. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung: Alfabé

Tjiptono, Fandy, 2008. **Strategi Pemasaran, Edisi 1.** Yogyakarta : Andi Offset

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. 2009. **Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS.** Jakarta : Salemba Infotek

Lovelock, Christopher. 2005.

Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT. Intermesa

Christina, Widya, Utami. 2010.

Manajemen Ritel. Jakarta : salemba empat