

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan di industri perbankan akhir-akhir ini semakin ketat, tidak hanya di kota-kota besar namun sudah mencapai ke daerah-daerah dengan jaringan yang semakin luas. Kondisi semacam ini merupakan sebuah tantangan berat bagi perbankan (Info Bank, 2005). Sektor perbankan memegang peranan penting dalam perekonomian negara. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara. Dunia perbankan semakin dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik dinegara maju maupun berkembang. Dengan adanya kondisi tersebut maka perbankan dewasa ini dituntut untuk semakin mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah agar kepuasan nasabah tetap terjaga.

Keadaan ini tidak hanya terjadi pada bank swasta tetapi juga bank pemerintah. Dilihat secara fisik, kondisi dan fungsi masing-masing bank adalah sama. Hal yang dapat membedakan antara bank yang satu dengan yang lainnya adalah tingkat pelayanan kepada masyarakat pengguna jasa bank. Dengan adanya tingkat pelayanan ini, menunjukkan bahwa untuk dapat bertahan di tengah-tengah persaingan antar bank semakin ketat, bank tidak hanya mengandalkan fungsinya sebagai bank seperti tempat menabung, mengajukan kredit untuk membuat atau perluasan usaha dan lain-lain, tetapi sudah mengarah pada usaha-usaha yang dapat memuaskan

nasabah. (Kotler,1997) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam persaingan antarbank yang semakin ketat faktor kepuasan nasabah menjadi perhatian yang serius, mereka mempunyai pengungkapan yang beraneka ragam untuk memberi segala sesuatu seperti apa yang diharapkan “Nasabah adalah raja”, “Kepuasan adalah tujuan kami” dan lain sebagainya.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, sehingga dalam jangka panjang hubungan ini memungkinkan perbankan dapat memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah. Hampir semua perbankan tentunya memiliki tujuan untuk selalu dapat memberikan kepuasan maksimal kepada nasabahnya melalui sajian layanan yang bermutu. Tujuan tersebut perlu dilakukan karena (Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Maret 2003 vol.IX:69-80): *pertama*, nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya tidak beralih kepada bank yang lainnya. *Kedua*, Nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif.

Secara realita, kualitas pelayanan bank tergantung dari berbagai faktor, seperti penyediaan produk, pelayanan, manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Konsumen dalam hal ini nasabah, akan memilih penyedia jasa berdasarkan harapan dan setelah menikmati jasa mereka akan membandingkan dengan apa yang diharapkan. Bila kualitas

jasa yang dinikmati ternyata berada jauh dibawah yang diharapkan, maka nasabah akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, bank perlu mengidentifikasi keinginan nasabah berkenaan dengan kualitas pelayanan tersebut.

Pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang memiliki antusiasme terhadap merek atau produk yang mereka gunakan. Antusiasme ini juga membayangi dunia perbankan Atas dasar pemahaman tersebut apabila seorang nasabah mengaku puas dengan layanan sebuah bank, maka nasabah tersebut pasti akan melakukan transaksi ulang (retention) untuk menunjukkan loyalitas terhadap bank yang digunakannya (Info Bank, 2005).

Menurut UU No 10/1998 Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan BPR hanya meliputi kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana saja. Tak dapat dipungkiri dalam beberapa tahun terakhir, kinerja BPR memang bekerja sangat pesat. Kedepan, prospek pangsa pasarnya yang kebanyakan masyarakat berpendapatan kecil masih sangat menjanjikan, karena itu keberadaannya tidak bisa dipandang sebelah mata. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), hingga 30 September 2004, jumlah BPR di seluruh Indonesia mencapai 2.162. Dan, 89 diantaranya beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Sementara, total asetnya per

September 2004 tercatat sebesar Rp 15,4 triliun dengan dana pihak ketiga (DPK) yang berhasil dihimpun sebesar Rp 10.579 miliar dan jumlah nasabah 5,8 juta. (Info Bank, 2005). Tak dapat dipungkiri BPR juga mengalami persaingan dengan bank-bank yang sejenis ataupun bank umum yang ada disekitarnya. Tuntutan nasabah akan kualitas pelayanan yang memuaskan menjadi satu tantangan tersendiri bagi BPR, karena kinerja BPR hanya dalam hal menghimpun dana dan penyaluran dana saja, tanpa memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran, membuat BPR harus benar-benar memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengguna jasa banknya. Salah satu yang dapat dilakukan oleh BPR adalah terus meningkatkan pelayanannya.

Dengan adanya latar belakang pentingnya kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah khususnya Bank Perkreditan Rakyat, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PD.BPR.Bank Pasar Kabupaten Karanganyar”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PD.BPR.Bank Pasar Kabupaten Karanganyar.
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang mempunyai pengaruh paling kuat dengan kepuasan nasabah dibandingkan dengan dimensi kualitas pelayanan yang lain.

### 1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka penulis memberi batasan masalah:

1. Nasabah yang akan diteliti adalah nasabah PD.BPR.Bank Pasar Karangayar.
2. Pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman, Zeithamal dan Berry, 1998) Yaitu:
  - a. Tangibels yaitu fasilitas fisik, peralatan dan penampilan staf karyawan bank pasar.  
Misal: Penampilan karyawan Bank Pasar rapi.
  - b. Reliability yaitu kemampuan perusahaan dalam menepati janji dan dapat diandalkan.  
Misal: Bank Pasar memberikan pelayanan tepat seperti apa yang dijanjikan sebelumnya.
  - c. Responsiveness yaitu Keinginan perusahaan untuk membantu nasabah dalam menyajikan jasa yang tepat.  
Misal: Nasabah menerima pelayanan yang cepat dari pihak Bank Pasar Karanganyar.
  - d. Assurance yaitu Pengetahuan dan kemampuan perusahaan menciptakan opini untuk dapat dipercaya nasabah.  
Misal: Nasabah merasa aman menabung di bank pasar karanganyar

- e. **Emphaty** yaitu kepedulian dan perhatian Bank Pasar Karanganyar terhadap nasabah.

Misal: Ketika nasabah ada masalah Bank Pasar berusaha memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.

3. Kepuasan nasabah adalah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler, 1997)

#### **1.4 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan PD.BPR. Bank Pasar Kabupaten Karanganyar terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling kuat mempengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan dimensi kualitas pelayanan yang lain.

#### **1.7 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan yang bersangkutan

Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan kualitas pelayanan yang tepat dalam Bank Pasar Karanganyar. Selain itu juga berfungsi untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang telah

diterapkan saat ini menghasilkan kepuasan bagi nasabah seperti yang diharapkan.

## 2. Bagi Peneliti

Peneliti mempunyai dua manfaat utama yang pertama memperluas cakrawala pengetahuan akademis dan menerapkan teori yang didapatkan di bangku kuliah dan yang kedua sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar kesarjanaan di FE UAJY.

### 1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah penelitian, maka dalam penelitian pada Bank Pasar penulis mencoba mengemukakan hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Dimensi Kualitas pelayanan pada bank pasar mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>2</sub>: Dimensi Assurance adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan dengan dimensi kualitas pelayanan yang lain.

### 1.7 Metodologi Penelitian

#### 1.7.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PD.BPR. Bank Pasar Karanganyar.

### 1.7.2 Metode Sampling

Metode pengambilan sampel yang dipakai adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan secara sengaja. Dengan catatan bahwa sampel tersebut *representative* atau mewakili populasi random. Sesuai dengan tempat penelitian, maka responden yang akan dijadikan sampel adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa bank pasar dan banyaknya sampel yang diambil adalah 100 responden karena seratus responden sudah bisa mewakili keseluruhan masyarakat yang menjadi nasabah Bank Pasar Karanganyar.

### 1.7.3 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara : Dengan cara mengadakan Tanya Jawab dengan pimpinan perbankan dan nasabah untuk memperoleh data yang obyektif.
2. Kuesioner: Dengan membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden penelitian.
3. Observasi: Peneliti mengadakan pengamatan langsung pada lokasi yang ditujukan kepada responden penelitian.
4. Studi Pustaka: Mempelajari literature-literatur mencari sumber buku yang berhubungan dengan penelitian.



#### 1.7.4 Metode Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengukuran datanya, dalam penelitian ini kuesioner disusun sebagai berikut:

Bagian I: Pertanyaan yang menyangkut data responden (jenis kelamin, usia dan pekerjaan) dengan jumlah 3 item.

Bagian II: Pertanyaan menyangkut lima dimensi kualitas pelayanan dengan jumlah pertanyaan 22 item. Yang menjadi beberapa bagian:

1. Pertanyaan no 1-4 mengandung dimensi pelayanan *Tangibles*.
2. Pertanyaan no 5-9 mengandung dimensi pelayanan *Reliability*.
3. Pertanyaan no 10-13 mengandung dimensi pelayanan *Responsiveness*.
4. Pertanyaan no 14-17 mengandung dimensi pelayanan *Assurance*.
5. Pertanyaan no 18-22 mengandung dimensi pelayanan *Emphaty*.

Bagian III: Pertanyaan yang menyangkut kepuasan nasabah tentang tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan Bank Pasar Karanganyar dengan jumlah 3 item.

Pertanyaan kuesioner seluruhnya berjumlah 28 item, responden hanya memilih jawaban-jawaban yang telah tersedia yaitu dengan cara memberikan tanda silang pada suatu jawaban yang diperoleh dari kuesioner bersifat kualitatif, maka data tersebut dikuantitatifkan dengan skala likert dengan kategori penilaian sebagai berikut:

- a) Jawaban sangat setuju diberi bobot 5

- b) Jawaban setuju diberi bobot 4
- c) Netral diberi bobot 3
- d) Tidak setuju diberi bobot 2
- e) Sangat tidak Setuju diberi bobot 1

#### **1.7.5 Variabel Penelitian**

1. Variabel bebas (Independen Variabel) dalam penelitian ini adalah: atribut kualitas pelayanan jasa (X1-X5), jumlah 22 item ini mencakup lima dimensi.
2. Variabel Dependen (Tidak Bebas)

Sebagai variabel terikat (Dependen Variabel) pada penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah (peserta nasabah bank). Maksud dari kepuasan nasabah disini adalah suatu penilaian yang diberikan oleh nasabah setelah menggunakan jasa perbankan PD.BPR.Bank Pasar Karanganyar. Penilaian nasabah yang dilakukan oleh nasabah mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya setelah menjadi nasabah Bank Pasar Karanganyar.

#### **1.7.6 .Metode Pengujian Instrumen**

##### **a. Analisis Validitas**

Uji validitas adalah uji tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut. Analisis ini digunakan untuk

mengetahui sejauh mana suatu alat ukur (instrumen) dapat mengukur apa yang sebenarnya diukur. Semakin tepat pula alat ukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesioner digunakan rumus korelasi produk momen (Hadi, 1991:23)

Rumusnya sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Korelasi Produk Momen

X = Nilai total variabel independen (kualitas pelayanan)

Y = Jumlah total dari variabel dependen (kepuasan konsumen)

N = Jumlah responden

$\alpha$  = Taraf signifikan 5 %

Jika  $R_{xy} \geq R_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Tetapi jika  $R_{xy} \leq R_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur.

#### b. Analisis Reliabilitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah diuji validitasnya dan telah dinyatakan sebagai butir yang valid.

Untuk mengetahui tingkat reliabilitas item digunakan rumus Alpha Cronbach's, dimana rumus ini dipergunakan untuk menguji reliabilitas berdasarkan uraian/ angket/ kuesioner dan skala bertingkat.

Rumus Koefisien Alpha Cronbach's secara umum (Hadi, 1991:56)

$$r_{tt} = \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ 1 - \frac{V_x}{V_y} \right]$$

Keterangan:

M = Jumlah Butir

V<sub>x</sub> = Variasi Butir

V<sub>y</sub> = Variabel Total

Apabila  $r_{tt}$  lebih besar dari  $r$  table, maka dikatakan reliabilitas tercapai dan ini berarti kuesioner pengukur telah memenuhi syarat. Jika  $r_{tt} \geq r_{table}$  dengan  $\alpha = 5\%$  maka item pertanyaan tersebut sudah memenuhi syarat keandalan (reliabilitas). Jika  $r_{tt} < r$  table dengan  $\alpha = 5\%$  maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

## 1.7.7 Metode Analisis Data

### 1.7.7.1 Analisis Persentase

Analisis ini digunakan untuk mengetahui profil responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik demografi responden. Karakteristik demografi yang digunakan terdiri dari jenis kelamin dan usia. Rumus analisis persentase yang digunakan adalah (Dajan 1991:376)

$$\text{Rumus : } \frac{n_1}{N} \times 100\%$$

Dimana:

$n_1$  = Jumlah responden yang memilih jawaban

$N$  = Jumlah responden

### 1.7.7.2 Perhitungan Persamaan Regresi Berganda (Multiple Regression)

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah adalah dengan analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh dimensi kualitas pelayanan perusahaan sebagai variabel independen (X) terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y), serta bagaimana hubungan tersebut. Besarnya koefisien regresi yang didapatkan akan menunjukkan kepuasan nasabah terhadap dimensi kualitas pelayanan sehingga akan diketahui dimensi kualitas pelayanan, sehingga akan diketahui dimensi kualitas pelayanan mana yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah.

Model persamaan regresi berganda secara umum

$$\text{(Algifari,1997:48) : } Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Dalam peneitian ini model persamaan regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

dimana:

$Y$  = Estimasi rata-rata kepuasan nasbah

$a$  = Konstanta dari persamaan regresi

$x_1$  = Skor dimensi bukti langsung (*Tangible*)

$x_2$  = Skor dimensi keandalan (*Reliability*)

$x_3$  = Skor dimensi daya tanggap (*Responsiveness*)

$x_4$  = Skor dimensi jaminan (*Assurance*)

$x_5$  = Skor dimensi empati (*Emphaty*)

$b_1$  = koefisien regresi untuk variabel  $x_1$  dimensi Bukti Langsung

$b_2$  = koefisien regresi untuk variabel  $x_2$  dimensi Keandalan

$b_3$  = koefisien regresi untuk variabel  $x_3$  dimensi Daya Tanggap

$b_4$  = koefisien regresi untuk variabel  $x_4$  dimensi Jaminan

$b_5$  = koefisien regresi untuk variabel  $x_5$  dimensi Emphaty.

#### a. Uji Simultan

Pengujian ini digunakan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) untuk menjelaskan perilaku variabel dependen dengan langkah pengujian sebagai berikut:

##### 1) Menentukan formulasi hipotesis

$H_0$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel independen (dimensi kualitas pelayanan) secara keseluruhan dengan variabel dependen (kepuasan nasabah)

$H_1$ : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (dimensi kualitas pelayanan) secara keseluruhan diantara variabel.

2) Menentukan daerah penerima  $H_0$  dan  $H_1$  dengan menggunakan distribusi F (Anova). Titik kritis dicari pada table distribusi F dengan nilai tertentu dan derajat bebas (df) – df numerator = K dan df denominator =  $n - (k + 1)$  dimana  $n$  = jumlah pasangan data,  $k$  = jumlah variabel independen

3) Menentukan nilai statistic uji F- ratio

Nilai ini dihitung dengan bantuan computer program SPSS

Rumus F.Ratio adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{SSR}{k}}{\frac{SSE}{n - (k + 1)}}$$

Dengan keterangan:

SSR = Sum of Square Regression

SSE = Sum of Square Error

4) Menentukan Kriteria Keputusan

$H_0$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen.

$H_0$  ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen.

### b. Uji Parsial

Pengujian ini digunakan untuk memastikan apakah variabel independent secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen dengan langkah pengujian sebagai berikut

- 1) Menentukan formulasi hipotesis.

$H_0 : b_1 = 0, H_0 : b_2 = 0, H_0 : b_3 = 0, H_0 : b_4 = 0, H_0 : b_5 = 0,$

$H_i : b_1 \neq 0, H_i : b_2 \neq 0, H_i : b_3 \neq 0, H_i : b_4 \neq 0, H_i : b_5 \neq 0,$

- 2) Menentukan daerah penerimaan dengan menggunakan distribusi uji dua sisi. titik kritis dicari pada tabel distribusi t dengan nilai tertentu dan derajat bebas -df - n- (k+1)

Dimana n - jumlah pasangan data dan k : jumlah variabel independent.

Karena pengujian dua sisi maka t tabel menggunakan nilai  $\frac{\alpha}{2}$

- 3) Menentukan nilai statistik uji T

Nilai ini dapat dihitung dengan bantuan program computer SPSS

Rumus t adalah sebagai berikut

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Dimana :  $b_1$  = koefisien regresi variabel  $x_1$

$Sb$  = Deviasi Standar

- 4) Menentukan kriteria keputusan



Ho diterima bila  $-t_{\frac{\alpha}{2} \text{ tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\frac{\alpha}{2} \text{ tabel}}$  ;  $p \geq 0,05$ , sehingga variabelnya tidak dapat digunakan untuk memprediksi perilaku variabel dependen, karena variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ho ditolak bila  $t_{\text{hitung}} < -t_{\frac{\alpha}{2} \text{ tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\frac{\alpha}{2} \text{ tabel}}$ ,  $p \leq 0,05$ , sehingga variabel independen tersebut berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Uraian yang akan dipaparkan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Pada Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan

#### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang landasan teori dari penulisan skripsi ini meliputi uraian teori yang berhubungan dengan masalah penelitian

#### **BAB III : Gambaran Umum Perusahaan**

Bab ini berisi sekilas tentang hal hal yang berhubungan dengan perusahaan.

#### BAB IV : Analisis Data

Bab ini berisi tentang analisis data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan masalah yang diteliti

#### BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kumpulan dari pembahasan tentang hasil penelitian yang ditunjukkan pada landasan teori dan kemudian dikaitkan dengan analisis data yang diperoleh pada akhirnya dari rangkaian kesimpulan tersebut dikemukakan beberapa saran yang relevan.